أنثوني إليوت

إعادة الاختراع

ترجمة: آلاء النحلاوي


منشورات تكوين | تساؤلات
TAKWEEN PUBLISHING


إعادة الاختراع

أنثوني إليوت

إعادة الاختراع

ترجمة

آلاء النحلاوي





الكاتب: أنثوني إليوت

عنوان الكتاب: إعادة الاختراع

ترجمة: آلاء النحلاوي

العنوان باللغة الأصلية: **Reinvention**

الكاتب: **Anthony Elliott**

تصميم الغلاف: يوسف العبدالله

تنضيد داخلي: سعيد البقاعي

ر.د.م.ك: 978-9921-775-79-2

الطبعة الأولى - يوليو/ تموز - 2023

2000 نسخة



الكويت - الشويخ الصناعية الجديدة

تلفون: 40 04 81 98 965 +

بغداد - شارع المتنبي، بناية الكاهجي

تلفون: 60 58 00 11 78 964 +

takween.publishing@gmail.com
takweenkw
takween_publishing
TakweenPH
www.takweenkw.com

المحتوى

«يطرح إليوت الكثير من الأفكار والروابط الشـيقة. إنه يفكر بطريقة آسرة».

- Los Angeles Times

«يستحق إليوت الثناء لتحويله سؤالاً غالبًا ما يستخفه معلقو ونقاد وسـائل الإعلام، إلى سـؤال يشكل موضوعًا مهمًا في علم الاجتماع الثقافي».

- Cultural Sociology

«يقدم الكتاب استكشـافًا غنيًا ومفصلاً في عالم إعادة الاختـراع. لقد نجح إليوت في تبيّـن واقع هذه الثقافة وتسليط الضوء على ما أوصلنا إلى هنا».

- Journal of Transformative Education

«إنـه تقريـر غنـي بالمعلومـات وممتـع فـي كثير من الأحيان، يوضح كيف تجتهد الشركات في إعادة اختراع أسـواقها وهيكلها التنظيمي وثقافتهـا.. مقدمة مفيدة وينبغي أن تثير قدرًا كبيرًا من النقاش».

- The Hedgehog Review

إعادة الاختراع

عصرنا عصر إعادة الاختراع. بدءًا بالعلاج النفسي ومرورًا بالتدريب على مهارات الحياة وكتب تطوير الذات والجراحة التجميلية وانتهاءً بتجديد الهويات التجارية وإعادة التصميم العمراني؛ فن إعادة الاختراع وثيق الصلة بإغراء الأفق القادم، والتقدم نحو الحد التالي، خاصة حدود الذات.

في الطبعة الجديدة والمحدثة من هذا الكتاب المذهل يدرس أنثوني إليوت «إعادة الاختراع» بوصفه مصطلحًا رائجًا مهمًا في عصرنا، ويعمد من خلال تحليل موسع وشغِف إلى كشف العولمة المتزايدة لإعادة الاختراع، ابتداءً بدُعاة إعادة الاختراع، مرورًا بإعادة اختراع الأعمال التجارية والتغييرات الشخصية وانتهاءً بتجديد الهويات التجارية. فيستعرض بشكل جادّ لا يخلو من طرافة ممارسات إعادة الاختراع المعاصرة، بما فيها أنظمة الحمية لخسارة الوزن السريعة، وتحولات المشاهير، وعمليات تحسين الجسد، والمواعدة السريعة، وعلاج العلاقات عبر الإنترنت، وإعادة الهيكلة

التنظيمية، وخفض العمالة، وغيرها الكثير. تتضمن الطبعة الثانية من «إعادة الاختراع» فصلًا جديدًا حول الثورة الرقمية والذكاء الاصطناعي، يضع إعادة الاختراع في سياق الأتمتة التقنية. كما يوجد فيها بحثٌ حول الأثر الذي أحدثته جائحة كوفيد - 19 على ثقافات إعادة الاختراع في وقتنا الحالي. بالإضافة إلى فصل ختامي جديد يوسع فيه المؤلف شرحه النظري لطبيعة مجتمعات إعادة الاختراع.

سيبقى هذا الكتاب الأخاذ المدخل الأمثل إلى إعادة الاختراع بالنسبة إلى الطلاب وعموم القراء على حد سواء. إنه يقدم تعليقًا محفزًا وجوهريًا على قضية تؤخذ باستخفاف أحيانًا في الأوساط العامة، لكنها ذات أهمية سياسية ملحّة من حيث عواقبها الشخصية والاجتماعية والبيئية.

أنثوني إليوت هو المدير التنفيذي لمركز هوك -أوروبا- جان مونيه للتميز في جامعة جنوب أستراليا، حيث يشغل منصب عميد مشارك وأستاذ باحث في علم الاجتماع. كما أنه زميل في أكاديمية العلوم الاجتماعية في أستراليا، وعضو أقدم في كلية كينغز في كامبريدج، وأستاذ زائر لعلم الاجتماع في جامعة كيو، اليابان. ألف وحرر العديد من الكتب في مجال النظرية الاجتماعية، أحدثها مشكلات الهوية[1] (2016)، ثقافة الذكاء الاصطناعي[2] (2019)، ومفاهيم الذات[3] (2020).

---

(1) *Identity Troubles.*

(2) *The Culture of AI.*

(3) *Concepts of the Self.*

إلـى ذكـرى الراحـل زيغمونـت باومـان، الـذي قـدم حكمًـا قيّمـة ودعمًـا غيـر محـدود، وإلى بـو ماغنـوس سـالينيوس ورالـف بلومكفيتش، وكلاهما حثني على المضيّ قدمًا بهذا المشروع إلى حدّ أبعد.

شكر وتقدير



كان من الصعب أن أقرر كيف أعيد اختراع كتابٍ عنوانُه إعادة الاختراع! لكن ذلك كان مضمون التكليف الذي وصلني من ناشري غيرارد بومغاردن، يطلب مني فيه تفصيل وتعميق الطروحات في ما كان «كتابًا صغيرًا» نحو «كتاب أكبر». من أجل هذه الطبعة الثانية سعيت إلى فعل ذلك من زاويتين رئيسيتين، تضمنت الأولى تحديث الكتاب مع التركيز على كيفية تأثير الثورة الإلكترونية على إعادة الاختراع. أضفتُ بالنتيجة فصلًا جديدًا يتناول إعادة اختراع الاقتصاد والمجتمع العالميين على إثر الذكاء الاصطناعي وعلم الروبوتات المتقدم والأتمتة المتسارعة. كما أضفت بحثًا حول إعادة الاختراع بعد انتشار جائحة كوفيد - 19. أما الزاوية الثانية فتضمنت تعميق الإطار النظري لأطروحة مجتمع إعادة الاختراع، وهذا الموضوع مفصل في ختام الكتاب. فضلت أن أترك التحليل الموسع لنظرية مجتمع إعادة الاختراع للختام، عوضًا عن إرهاق القارئ بجدالات مفاهيمية معقدة في الفصول التي تتناول إعادة

الاختراع الشخصية والمهنية وإعادة اختراع الشركات والمدن. يختلف ذلك البحث بطابعه عن بقية الكتاب اختلافًا ملحوظًا، وقد يرغب بعض القراء بالتركيز عليه بشيء من التفصيل، في حين قد يفضل بعضهم تجاوزه تمامًا، وربما يفضل آخرون البدء بذلك التحليل النظري لمجتمع إعادة الاختراع، قبل الانتقال إلى النقاشات الملموسة التي تبين كيف تعيد النظمُ الثقافية لإعادة الاختراع تشكيلَ الحياة اليومية والتغييرات المؤسسية.

صدرت بعض مواد هذا الكتاب بصورة مختلفة، مثل محاضرة أغنس هيلر بجامعة لاتروب في أستراليا عام 2009، والخطاب الرئيسي لجمعية النظرية الاجتماعية في اليابان بجامعة تشيبا عام 2010. في الطبعة الثانية استفدت أيضًا من المحاضرة السنوية لمجلس العلوم الإنسانية والفنون والعلوم الاجتماعية التي ألقيتها بجامعة ملبورن عام 2013، بالإضافة إلى الخطاب الرئيسي الذي ألقيته في المؤتمر البرازيلي لعلم الاجتماع عام 2017. كل الامتنان لمن استضافني في تلك المؤسسات، خاصة جون كارول، ماساتاكا كاتاغيري، أتسوشي ساواي، نيكوس باباستيرغياديس وبيانكا فرير-ميديروس، لحسن استقبالهم.

بعضٌ مما ورد في الفصل السابع، الذي أضيف في الطبعة الثانية، سبق نشره في مقالات بمجلات وجرائد، وأجري عليه بعض التعديل والتوسعة هنا. الفقرات الافتتاحية للفصل مستمدة من مقال لي مع جولي هير بعنوان «لن تعرض ثورة الذكاء الاصطناعي

على التلفاز» في مجلة ديل (18 أبريل، 2019). أما الحديث عن الذكاء الاصطناعي وروبوتات الدردشة فهو من مقالي «هل سيؤدي الحديث مع المساعد الافتراضي إلى إعادة هندسة حواراتنا البشرية؟»، الذي نشر في مجلة كونفرسيشن (15 يناير، 2019). والبحث المتعلق بالذكاء الاصطناعي والرعاية الصحية مأخوذ من مقالي المشترك مع جولي هير «تنحّ جانبًا يا طبيب، فالروبوتات الطبية هنا»، الذي نشر في مجلة أستراليان (4 مارس، 2019).

لقد أولى غيرارد بومغاردن جهدًا خاصًا لتشجيعي على إفراد حيز لإتمام هذا الكتاب، وسأظل مدينًا له لقاء دعمه المهني ولطفه الشخصي. الشكر أيضًا لريبيكا برينان وديانا تشوبوتا في روتلدج. من المساهمين أيضًا في الكتاب بشكل مباشر أو غير مباشر، طوني غيدنز، بو-ماغنوس سالينيوس، رالف بلومكفست، الراحل زيغمونت باومان، تشارلز ليمرت، هيلغا نوتني، جيف براغر، الراحل جون أوري، جون كاش، نيجل ريلف، إنغريد بيس، نِك ستيفنسون، أوليفر وكارولين توث، روس بويد، إريك شو ولويس إيفيرس. أخيرًا، شكر كبير -كما هو الحال دومًا- لنيكولا جيراتي، بالإضافة إلى كويفا وأوسكار ونيام إليوت للدعم والإلهاء الدائمين.

أنثوني إليوت

أديلايد، 2020

مقدمة

صعود إعادة الاختراع

سعت النيويورك تايمز في أحد مقالاتها الأكثر قراءة بعنوان «مباريات الجوع العرائسية»[1]، إلى استكشاف المشقات التي تتكبدها النساء إذ يحاولن فقدان الوزن قبل يوم زفافهن. ساهم عدد من خبراء تدريب العرائس بأفكار حول الطرق الأكثر فعالية للنساء لتنحيف أجسادهن وتخليصها من السموم، وبالتالي إعادة اختراعها، وذكر المقال أن خسارة الوزن التي تحققها «العرائس المتدربات» المعاصرات تتراوح عادة ما بين 6.8 و9 كيلوغرامات. إن «قائمة التدريب العرائسي» المقدمة لشابات أميركا تركز بحزم على *إعادة الاختراع*، حيث تحرص العروس المتدربة، من خلال خلطات طرد السموم وحميات حرق الدهون، على أن تعرض للآخرين تحولًا شاملًا في جسدها. إن تنحيف جسدك من أجل اليوم الموعود ينطوي على تفانٍ فريد من نوعه للمهمة، يمثل فيه الإنكار والحرمان

(1) Bridal Hunger Games, Linda lee, 2012.

محور شعارات إعادة الاختراع. لكن حين تعيد اختراع جسدك في أيامنا هذه، من المفيد أن تجد ما يطمئنك بأن من الممكن تحقيق التغيير المراد بأسرع طريقة ممكنة. لهذا السبب وحده أصبحت نظم الحمية القاسية، المصممة لتحقيق خسارة سريعة للوزن، صرعةً في ثقافة اليوم التي تروج لمباريات الجوع العرائسية.

لكن يمكن دومًا المبالغة أكثر في إعادة الاختراع الجذرية. فالتجاوز، إن صح التعبير، جزء أصيل من منطق ثقافة التغيير ومجتمع إعادة الاختراع. إحدى أحدث صرعات الحمية القاسية، مثلًا، تتضمن تلقي حقن يومية من هرمون مرتبط بالحمل يسمى موجهة الغدد التناسلية المشيمية البشرية. على الرغم من صدور تحذيرات صحية عديدة عن مؤسسات حكومية، قدمت العيادات في مختلف أنحاء الولايات المتحدة الهرمون، مع تعليمات الحقن الذاتي، لأولئك الذين يسعون خلف الأحدث في مجال تقليص الجسد. قد يبدو ذلك في النظرة الأولى نوعًا من الشقاء، لكن هذا الإجراء اكتسب شعبية لدى الكثير من العرائس المتدربات، وفقًا لصحيفة النيويورك تايمز.

أنبوب الحمية هو شكل آخر من صرعات مستهلكي إعادة الاختراع المعاصرين، وهو إجراء مبتكر في إيطاليا، يزوَّد مستخدموه بمغذيات سائلة تمر من خلال أنبوب بلاستيكي يدخل عبر الأنف مباشرة، موصولٍ بمضخة كهربائية دقيقة تحقن السائل الغني بالبروتين في المعدة مباشرة لدرء الجوع. يحق للمرء أن يفكر بأن

إدخال أنبوب أنفي-معدي عبر المنخر هو آخر ما قد يتخيل مواطنو الغرب المعاصر أن يرغبوا به أو يفعلوه، إلا أن أنبوب الحمية اكتسب شعبية متزايدة، لا تقتصر على أوساط العرائس المتدربات، بل لدى النساء عمومًا (وبعض الرجال) الذين ينشدون إعادة الاختراع الجذرية. وقد وصف نقاد وسائل الإعلام هذه الحمية القاسية بأنها تعبير عن مواكبة الموضة، يضاهي حمل حقيبة برادا أو وضع نظارات غوتشي. تقدم هذه الحمية الجديدة بوصفها جسرًا ضروريًا نحو التحول الشخصي وتغيير الجسد من جهة، ووسيلة لتأديب وضبط ذات الفرد من جهة أخرى.

على نقيض الجراحات التجميلية المصممة لشفط ونحت الدهون، والتي تقتضي فترة تعطل عن العمل وفترة نقاهة عند المريض، لا يتطلب أنبوب الحمية من مستخدميه إلا الامتناع عن الأكل (باستثناء استهلاك الشاي الأخضر ربما). ذلك بحد ذاته يشير إلى أننا أمام رغبة بإعادة الاختراع متأثرة بشدة بمنطق التجاوز، أو ما سماه فرويد «غريزة الموت». وباسم الرغبة بإعادة اختراع كليّ، يُنتزع الجسد من طبيعته وتصيّر الذات كلية القدرة. ففي هذا المزيج بالذات من الامتناع عن الأكل من جهة، ووجود أنبوب يورد سائلًا غنيًا بالبروتين إلى المعدة من جهة أخرى، يبدو أنبوب الحمية بدعة عصرية، والحمية الأحدث، للمستهلكين في مجتمع إعادة الاختراع. خذ مثلًا ملاحظات الصحفية أماندا متشسون عن شابة أجرت معها لقاءً حول تجربتها مع أنبوب الحمية:

«إنها تقول إن الأنبوب لم يقيد أسلوب حياتها. حين تخرج فهي ببساطة تضع المضخة في حقيبتها البرادا، ولا يبدو أن أحدًا في الشارع يلحظ وجود أنبوب في أنفها. أجد ذلك مدهشًا. عادة ما تلاحظ لو أن لدى الناس أنبوبًا في أنفهم، كما قد تلاحظ لو أنهم يرتدون قناعًا واقيًا من الغاز. لكن روما لا تشبه إلا نفسها»[1].

الشيء الذي أدهش ميتشسون -وهو أن الرفاق المستهلكين لا يلاحظون وجود أنبوب في الأنف- هو في الحقيقة ملمح أساسي للإنكار الممارس اليوم في مجتمع إعادة الاختراع بأكمله. فالمستهلكون، مثل الشابات اللواتي يجربن أنبوب الحمية، قد يقولون لأنفسهم وللآخرين إن هذه الممارسات غير ملحوظة، أو إنهم يتمنون ألا تكون ملحوظة. لكن هنا تشوش الحدود بين الخيال والواقع، لأن استعراض مشروع التغيير الذاتي أمام الآخرين جزء أصيل من مجتمع إعادة الاختراع. فتجربة أحدث منتجات أو خدمات إعادة الاختراع المتوفرة في السوق يمنح إحساسًا لذيذًا بالمكانة والتفوق، وهذا أحد أسباب الرواج السريع لأنبوب الحمية، الذي افتتحت له مؤخرًا مراكز لا في إيطاليا فقط، بل في برشلونة ومدريد وأثينا أيضًا.

إذا كانت البدانة اليوم وباء ذا عواقب على المستوى العالمي، وقد صنفتها منظمة الصحة العالمية وباء عالميًا منذ عام 1997، فإن

(1) Mitchison, Amanda (2012) «How the World Fell in Love with Quick- Fix Weight Loss».

هوسنا بالحمية وخسارة الوزن السريعة يوازي البدانة بانتشارها عالميًا.

أكثر ما يلفت في صناعة الحمية العالمية أنها تستغل تعطش الناس للحمية الجديدة. إن الوابل المستمر من الأبحاث المتعلقة بالحمية الذي تجمعه وتبثه وسائل الإعلام على مدار الساعة دليل قوي على رغبة نساء ورجال العصر بأجساد أنحف وأشد إثارة، كذلك فإن ازدهار صناعة التنحيف التي تقدر بمليارات الدولارات دليل على تفشي الرغبة بإعادة الاختراع في المجتمعات الحديثة. تكاثرُ ممارسات إعادة الاختراع المتطرفة، والمصممة لإنزل باوندات المستهلكين الغربيين -الذين جعلت صناعة الوجبات السريعة العالمية منهم بدناء (أو زادتهم بدانة) بشكل مخيف، يعكسُ ثقافة خبيثة قائمة على التغيير الفوري والحلول السريعة. أما المرونة المتأصلة في إعادة الاختراع، الزاخرة بأوهام ثقافة الشهرة، فتتجلى في الدأب على تنويع واستبدال الحميات الدارجة. من حمية أتكنز وحمية دوكان، إلى حمية زون وحمية سكارسديل، وصولًا إلى حمية البصل وحمية الملفوف: تقدم هذه الأنظمة التقشفية الصارمة التخلصَ من الدهون بوصفه جزءًا من العمل المحموم لإعادة الاختراع، الذي يعد فيه تجريب ومتابعة أحدث صيحات الحمية شرطًا أساسيًا للنماء الإنساني. في السنوات الأخيرة تراجعت الساحة المهنية المرتبطة بالحميات السريعة -من خبراء التغذية والمدربين الشخصيين، واستشاريي السعرات الحرارية ومدربي النظام الغذائي- أمام مدٍّ من الممارسات

الأشد تطرفًا وشططًا في سبيل البحث عن طرق مبتكرة لإنقاص الدهون. ليس أنبوب الحمية سوى واحد من أحدث «الابتكارات» التي باتت متوفرة في سوق إعادة الاختراع. ومثل غيره من أنواع الحمية القاسية، فإن الهدف منه توظيف خسارة الدهون كموقف معبر عن إعادة الاختراع.

مجتمع إعادة الاختراع

عصرنا عصر إعادة الاختراع، وتبدو «ثقافات إعادة الاختراع» اليوم للكثيرين محددًا لنمط الحياة المثالي. ما بين نظم الحمية السريعة والتدريب على مهارات الحياة، وصولًا إلى تلفزيون الواقع والجراحة التجميلية: فن إعادة الاختراع مرتبط ارتباطًا وثيقًا بإغراء الأفق القادم، والتقدم نحو الحد التالي، خاصة حدود الذات. لكن بالنسبة إلى آخرين، يعبر هوس القرن الحادي والعشرين بإعادة الاختراع عن انحطاط الثقافة، والأوهام النرجسية لجيل مهووس بالذات، لذلك فهو غير جدير سوى بالنقد الساخر من أمثال تينا فاي أو جيرمين غرير.

أريد في هذا الكتاب أن أضع فكرة إعادة الاختراع في سياق أرجو أن يكون أشد أصالة، سياق سوسيولوجي من الناحية التحليلية، لكنه يولي كذلك اهتمامًا دقيقًا للآثار والتبعات العاطفية لافتتاننا بثقافة التغيير والانتشار العالمي لإعادة الاختراع. خلال طرحي لفكرة تحول إعادة الاختراع إلى قوة محركة أساسية سواء

في الحياة الشخصية والعالمية، أو في المجالات الخاصة والمؤسسية، أستعرض مجموعة واسعة من الممارسات الاجتماعية التي تغير مجتمعات القرن الحادي والعشرين حاليًا. فيتناول الكتاب مرشدي إعادة الاختراع وإعادة اختراع الشركات، والتغيير الذاتي وتجديد الهوية التجارية. خلال ذلك أعرض بصورة جادة، وممتعة في بعض الأحيان، ممارسات إعادة الاختراع المعاصرة، بما فيها حميات خسارة الوزن السريعة، تغيرات المشاهير، عمليات تحسين الجسد، المواعدة السريعة، علاج العلاقات عبر الإنترنت، إعادة الهيكلة التنظيمية، خفض العمالة وغيرها الكثير. أملي أن يقدم الكتاب، عبر فصوله، دراسة محفزة وجوهرية لمسألة تلقى استخفافًا أحيانًا في الأوساط العامة، لكنها تزداد أهمية من الناحية السياسية، من حيث عواقبها الشخصية والاجتماعية والبيئية.

التغيير العالمي الشامل

إن صارت إعادة الاختراع فائقة الشيوع والأهمية، فذلك لأن المرونة والتكيف والتغيير صارت أمورًا وثيقة الارتباط بالاقتصاد الرقمي العالمي. في عالم لا تهدأ فيه حملات التسريح الجماعي ونقل المؤسسات إلى خارج البلاد وإعادة هيكلة الشركات، يتهافت الناس للتكيف مع التعريفات والتجارب الجديدة للنفس والعلاقات الحميمة والعمل وغيرها الكثير. وإزاء عالم العولمة الجديد الشجاع هذا، وثورة الاتصالات وتقنية الإنتاج المحوسب، لا عجب في أن

يبدي رجال ونساء العصر رغبة -مشاهدة بأعداد متزايدة- في تغيير حياتهم بشكل فوري، وابتداع ذواتهم دون ضابط أو قيد. وعلى غرار متسابقي برنامج تلفزيون الواقع Extreme Makeover، الذين يخضعون لعمليات جراحية وإصلاح الأسنان وأنظمة التمرين وتحسين الهندام بهدف إعادة تصميم حياتهم، يعتقد عدد متزايد من النساء والرجال أن بوسع الناس، ومن واجبهم، إعادة خلق حياتهم على أي وجه يتخيرون. في هذه الحالة النرجسية تحوَّل الذات إلى عدّة أعمال يدوية. يفقد الواقع سطوته بشكل سحري، مع غياب أي قيود يفرضها المجتمع، في حين تضخم الذات إلى مستوى عمل فني.

خلف هذا التوسع اللامتناهي لمشهد إعادة الاختراع، يكمن واجب ثقافي للتصرف: إما الإصلاح أو التجديد أو التحسين أو التغيير. أعد الاختراع الآن! سر مع التيار. إن لم تكن تستمتع بنمط حياتك الحالي أو لا يعجبك مظهرك الآن، تخلص منه وأعد التصميم. بهذا المعنى، ينطوي الواجب الثقافي لإعادة الاختراع على تشكيل ذاتي شامل، يمكن القول إن فيه تضخيمًا لذات الفرد لا تقزيمًا لها. لكن الأبعاد الإبداعية للهوية المعاد اختراعها ستبدو قريبة بشكل مثير للقلق من التصفية العدمية لها. فمن جهة، يوعز إلى رجال ونساء العصر أن بالإمكان إعادة اختراع حياتهم على أي وجه يشتهون، لكن لهذا السبب نفسه سرعان ما تؤدي إعادة تشكيل الذات المستمرة إلى انعدام القيمة أو المعنى. كما لو أن الفرد

الذي يعيد تشكيل ذاته باستمرار في مجتمع إعادة الاختراع، سكرانًا بأوهام أناه النرجسية، ينكشف بوصفه عصابيًا قهريًا، مدمنًا على تكرار ذرى وانخفاضات حياةٍ تخضع للتغيير المتواصل.

من المؤكد أن المجتمع في القرن الحادي والعشرين يروج لفكرة رئيسية، ألا وهي أننا من خلال إعادة الاختراع نؤكد ذواتنا ونضفي شرعية على تجاربنا. عندما يفكر الناس في المجتمع الحديث بظروف ومآلات حياتهم -بالمعضلات الحالية والمخاطر المستقبلية، ناهيك بصور الماضي- تبدو لهم إعادة الاختراع شيئًا مرغوبًا. في هذا السياق، تكمن فتنة إعادة الاختراع في ارتباطها الوثيق بالحلم بـ«شيء آخر». إنها تفعل ذلك بشتى الطرق، وأحد أهداف هذا الكتاب أن ينقد -على نحو مؤقت ومحدود بالضرورة- العمليات المترابطة التي تشكل أساس التركيب المهلهل لمجتمعات إعادة الاختراع. لكن لنبدأ بتوضيح بعض الطرق -منها الواضح ومنها الغامض- التي تغير إعادة الاختراع من خلالها حياة الناس والمنظمات والمؤسسات التي يشكلون جزءًا منها. سوف أبدأ بتقديم صورة عامة لممارسات إعادة الاختراع الحالية، مختارة عشوائيًا تقريبًا، أنتقل فيها من نطاق الذات الفردية إلى نطاق العمل والحياة العائلية حتى المستوى الجماعي للجماعات والمنظمات.

إذا كانت الموضة واللياقة والطعام مجالاتٍ أساسيةً لإعادة اختراع أسلوب الحياة في الثقافة المعاصرة، فإن مثالها الأهم هو بلا ريب الجراحة التجميلية. من حقن البوتوكس وشفط الدهون

وصولًا إلى شد البطن وعمليات شد الوجه المصغرة، تنصبّ تقنية إعادة الاختراع العنيدة هذه من الأعالي المدوخة لثقافة المشاهير، تملأ شاشات تلفزيون الواقع، وتحتل حياة الملايين ممن يسعون للعثور على طريقة لتخفيف وطأة أعباء الحياة اليومية. بعبارة أخرى، إن الجراحة التجميلية هي التمثيل الأشد وضوحًا وتفصيلًا لفنّ إعادة الاختراع الذي نحن بصدد اكتشافه، وسوف أتناول رواج الجراحة التجميلية وصناعات التغير ببعض التفصيل في الفصل الأول. لكن الجراحة التجميلية بوصفها تقنية لإعادة الاختراع، تمتد أبعد من عالم المظاهر كما هو مفهوم تقليديًا، إذ تقدم بطريقة ما تحولًا مصطنعًا للجسم البشري بحد ذاته.

خذ مثلًا انتشار الطلب على الطب النسائي التجميلي حول العالم مؤخرًا. من أميركا الشمالية إلى أوروبا وآسيا، باتت جراحة المهبل التجميلية إحدى أسرع العمليات التجميلية انتشارًا في تجارة التغيير العالمية التي تقدر بمليارات الدولارات. تشمل تلك العمليات -التي تخضع لها أعداد متزايدة من النساء في مدن الغرب البراقة والمترفة- تجميل الأشفار (تشذيب أو إزالة الأشفار)، ترميم البكارة (أو استعادة العذرية) وتضييق المهبل. الدافع الكامن وراء سعي النساء إلى ما يسميه هذا المجال «تصميم المهبل» بات موضوعًا لنقاشات محتدمة في تحليلات وسائل الإعلام مؤخرًا. ما بين ازدياد المخاوف الصحية حول الألم أثناء ممارسة الجنس وحتى الانتشار العالمي لثقافة البذاءة، حُوّل المهبل إلى عضو جديد لإعادة الاختراع

التجاري، أو بتعبير مؤلفي إحدى الدراسات في المجلة البريطانية لطب النساء والتوليد: «موقعًا مناسبًا للتجميل والتطبيع»[1]. على غرار حركات الورك في رقص بريتني سبيرز، يؤمن الجراحون باللدونة اللامتناهية لأعضاء المرأة التناسلية. هذا الهوس بالأعضاء التناسلية، مثل الشمع البرازيلي ورقص العمود، مشبع بالفكرة التي تقول إنه لإنجاز عظيم للمرأة أن تحول جسدها -في إطار نموذج جمال ما قبل البلوغ- إلى موضع شهوانية منحلة. كذلك فقد يكون في الأمر نوع من النرجسية. وقد وقع في هذا التناقض جراح التجميل الأسترالي كوروش توكّلي عندما قال إن جراحة المهبل التجميلية دليل «تحول فكري»[2]. بينما أعلن في الوقت ذاته أن النساء اللواتي خضعن لمثل هذه العمليات يستطعن ارتداء لباس السباحة ذي القطعة أو القطعتين بثقة إضافية. من الواضح أن الثمن النفسي لإعادة الاختراع يمكن أن يكون غاليًا على نحو صادم، ربما بالنسبة إلى النساء خصوصًا. لكن، كما تقول الصحفية سوزي فريمان-غرين:

«يبدو مدهشًا أن تقبل النساء تحمل هذا الألم وتلك التكلفة لمجرد الظهور باختلاف بسيط في لباس السباحة. لكن الأكثر معقولية هو وجود رابط بين التوفر الواسع للمواد الإباحية، وشعبية الشمع البرازيلي ورواج جراحة تجميل الأشفار. ترى لو ترك

(1) Freeman-Greene, Suzy (2009) «Raunch Culture and the Growth of the 'Designer Vagina'», *The Age*, 20 November.

(2) Ibid.

الناس لحالتهم الطبيعية المشعرة كم منهم سيلاحظ شكل أعضائه التناسلية؟»[1]

الهوس بإعادة الاختراع ليس مقتصرًا -كما يدعي النقاد أحيانًا- على النطاق الفردي، على تغيير الشخصية وأسلوب الحياة، أو الصورة والجسد؛ بل هي عملية نشطة، جماعية، دائمة التغير. فمن الصحيح إذن أن إعادة الاختراع كانت حاضرة بقوة في الطرق والمشاريع الجديدة التي صاغها رجال ونساء العصر عند إعادتهم النظر في الحياة العملية والشخصية. خذ مثلًا دراسة Life Maximizer التي أجرتها مايكروسوفت عام 2009، وأفادت بأن أكثر من ثلاثة أرباع العاملين في المجتمعات الحديثة يمارسون «حياة مدمجة»، تعرف بأنها خليط من الحياة الاجتماعية والعمل. تقتضي الفكرة الشائعة أن الناس يعيشون حياة مدمجة حين يتسوقون عبر الإنترنت، مثلًا، أو يتصفحون مواقع المواعدة أثناء العمل في المكتب، لكن الوجه الآخر صحيح أيضًا، فالحياة المدمجة تتجلى في ازدياد عدد العاملين الذين يجيبون إيميلات العمل جالسين على أريكة منزلهم مقابل التلفاز. وتشرح آشلي هايفيلد، إحدى كبار المدراء في قسم الأبحاث بمايكروسوفت هذا الشكل الجديد من التوازن بين العمل والحياة كالتالي: «يبدو أن فكرة الانفصال بين الحياة والعمل باتت من الماضي، فلم يعد الحد الفاصل بهذا الوضوح، حيث إننا

---

(1) Freeman-Greene, Suzy (2009) «Raunch Culture and the Growth of the 'Designer Vagina'», *The Age*, 20 November.

بفضل التكنولوجيا نمارس مهامًا متعددة ونعيش حياة مدمجة لحظة بلحظة»[1].

يوجد بلا شك أشكال جماعية من إعادة الاختراع أيضًا، تلك المتعلقة بالجماعة أو المنظمة أو الشركة. فالطريقة المعاصرة لإعادة الاختراع المستمرة شخصية وثقافية، عاطفية ومؤسسية في آن واحد، مهما تخيل دعاتها أنها تنبع من طاقات الذات الفردية. هذه الازدواجية بالذات هي السمة الأبرز لإعادة الاختراع في العديد من التدابير الجمعية التي تطور في استجابة للمشكلات الاجتماعية والسياسية الحالية الناتجة عن العولمة. خذ مثلًا النمو الكبير لفئة الناس الذين يعلنون عدم انتمائهم لأي دين حاليًا. لقد شكل ذلك تطورًا مهمًا، خاصة بالنسبة إلى العديد من الطوائف الدينية، وعُدّ نتيجة لعولمة النزعة الاستهلاكية، والتحولات في الثقافة الشعبية، وتداعي النسيج الأخلاقي للمجتمعات الحديثة. لكن من المفيد أن نرى كيف حاولت بعض الجماعات الدينية التعامل مع الانخفاض الشديد في عدد أعضائها.

الإجابة باختصار: بإعادة الاختراع. عام 2011، أوردت صحيفة لوس أنجلوس تايمز خبرًا عن مؤتمر صغير بدا غير ذي أهمية خاصة، افتُتح بحفل استقبال مارتيني في لاس فيغاس. بالكاد كان افتتاح ذلك المؤتمر هو الأشد تطرفًا في مدينة الخطيئة، إلا أن المؤتمر كان من تنظيم مجلس الحاخامات، وهو فرع محافظ من اليهودية في

---

(1) Life Maximizer Study, Microsoft.

الولايات المتحدة. أكد منظمو المؤتمر، على ضوء تناقص عدد أعضاء الكنيس المحافظ وما يتصل بذلك من أعباء مالية، على ضرورة إعادة النظر بمؤسسات الحياة اليهودية، وإعادة هيكلتها ورسم هويتها. فكيف يمكن تحقيق ذلك التجديد لهوية الدين اليهودي؟ كما قال ديفيد روزن، مدير معهد هارتفورد للبحث الديني:

«من المفهوم أن تقول شركة ما: «سوف نعيد اختراع أنفسنا». يمكن أن يطوَّر الدينُ، أو يعاد تفسيره، ويمكن التعبير عنه بأساليب مختلفة، لكن ليس باستطاعتك أن تمارس اليهودية يومًا ثم تقول «سوف أبيع سيارات» في اليوم التالي»[1].

على أي حال، نتج عن المؤتمر بالفعل إعادة اختراع لليهودية المحافظة، تمثلت في خطط لإلغاء رسوم عضوية المعابد وطرح برنامج قائم على الرسوم مقابل الخدمة. أما إعادة رسم الهوية فقد كانت على رأس جدول الأعمال، وبرز فيها النقاش حول شعار «يهودية محورها العلاقات».

مخطط الكتاب

ليس المراد من هذا الكتاب أن يكون دراسة أكاديمية دقيقة لإعادة الاختراع. بل إن منظور الكتاب تأملي وتحليلي وساخر، في

(1) Landsberg, Mitchell (2011) «Leaders of Conservative Judaism Press for Change as Movement's Numbers Drop», *Los Angeles Times*, 12 April.

سعي لتعميم الموضوع وخطاب جمهور أوسع. قد تبدو طريقتي في تتبع أصول إعادة الاختراع، ابتداء من إعادة اختراع الأجساد والأشخاص وانتهاء بالشبكات والشركات العالمية، غير منهجية من الناحية الأكاديمية. وفيما أحاول تحديد بعض السمات المؤسسة لمجتمع إعادة الاختراع خلال الطروحات التالية، لا بد من التنويه إلى أن النظرية الاجتماعية التي يستمد منها تحليلي، تفتقر إلى الدقة إلى حد ما. حجتي بشكل عام هي أن أفضل طريقة لفهم إعادة الاختراع والأيديولوجيات المرتبطة بها، هي باعتبارها نتيجةً لتفشي «الفردانية الجديدة» في المدن البراقة المترفة في الغرب وغيره. إن جنون إعادة الاختراع الذي أطلقته الفردانية الجديدة تحركه أربع دوافع مؤسسية كبرى: إعادة اختراع الذات، التغيير الفوري، السرعة أو التسارع الاجتماعي، ونزعة الوقتيّة[1]. لقد ناقشت الشروط والنتائج الاجتماعية لهذه الدوافع المؤسسية في كتاب اشتركت في تأليفه مع عالم النظرية الاجتماعية الأميركي تشارلز ليمرت، بعنوان «الفردانية الجديدة: الثمن العاطفي للعولمة»[2]. وفي ختام هذا الكتاب تحليل نظري موسع ومفصل لأطروحة مجتمع إعادة الاختراع.

(1) Short-termism.

(2) *The New Individualism: The Emotional Costs of Globalization* (London and New York: Routledge, 2009, 2nd Edition).

1

إعادة اختراع الأجساد

تبدو ثقافة إعادة الاختراع التي نعيشها جليةً على مستوى الجسد أكثر من أي شيء آخر، الجسد الذي يقدمه المجتمع الاستهلاكي بوصفه موقعًا رئيسيًا للتحسين والتغيير والتعديل. ما بين الكريمات الحاصلة على براءة اختراع وأدوية الحمية وغرسات الثدي، عصرنا عصر إعادة تشكيل وتحديد الجسد وتحسينه وتحديثه. تعزز برامج تلفزيون الواقع مثل «10 Years Younger» و«Extreme Makeover» و«Cosmetic Surgery Live» هذا الانشغال الثقافي بالتغييرات الممارسة على الجسد، وتتحرى المجلات والصحف الصفراء التحسينات الجراحية والتجميلية المحتملة في أجساد المشاهير بلا كلل، بينما تعرض اللوحات الإعلانية حول العالم صورًا محسنة ومعدلة لأجساد ممشوقة ملساء متأنقة. لقد أصبح الجسد مساحة شخصية لإعادة اختراع الذات بامتياز.

هذا الانشغال بإعادة الاختراع والتصميم، في عصر يسود فيه «التجميل الجراحي»، وقف في مواجهة صارخة مع نفسه عام

2011 عندما انتشر حول العالم خبر عن أم تحقن ابنتها ذات الثمانية أعوام بالبوتوكس. ورد أن الأم، خبيرة التجميل المقيمة في المملكة المتحدة، كانت تستخدم البوتوكس وغيره من المواد المالئة على وجه ابنتها، فتحقن جبهتها وشفاهها ومحيط عينيها بهدف تحسين فرصها في الفوز بمسابقة جمال الأطفال. ستصبح الطفلة، بحسب رواية الأم، نجمة يومًا ما بفضل هذه الإجراءات التجميلية. وذكرت التقارير الإعلامية أن الطفلة كانت تخضع شهريًا لإزالة الشعر بالشمع، بهدف منع ظهور شعر العانة قبل وصولها سن البلوغ. وقد تحدثت الأم في لقاءٍ عن إمكانية خضوع ابنتها في المستقبل القريب لإجراءات مثل نتف الحاجبين بالشمع، وعمليات جراحية عالية المستوى، من بينها تكبير الثدي.

أثارت هذه القصة استغراب البعض، وهلع آخرين وصدمة أخلاقية لدى الكثيرين، ولا عجب في ذلك نظرًا إلى سنّ الطفلة. يمكن القول إن جزءًا من الصدمة الثقافية التي أثارها تلقي تلك الطفلة حقن بوتوكس بشكل متكرر، عبارة عن وعيٍ مجتمعي قلق بمدى تفشي اضطراب العلاقة بالجسد، إلى درجة أن يبلغ النفور الآن النظرة إلى أجساد الأطفال أيضًا. لكن بالإضافة إلى الوعي، قد يكون في ذلك بعض التقدير –يرافقه خوف ربما؟– تجاه لدونة الجسد غير المحدودة. تكرر الإعلانات ووسائل الإعلام اليوم أن الجسم البشري قابل لإعادة الاختراع كيفما نشاء. الأجساد قابلة للتطوير، وإعادة التشكيل، وإعادة النحت، والتحسين والتغيير. لا يوجد

بالفعل أي حدود لإعادة اختراع الجسد. أنت مهندس جسدك، بشكله ومنحنياته ومظهره، ولذلك أنت من سيكون موضع التقييم، في ثقافتنا الفردانية الجديدة الصارمة، بناء على حسن مظهرك أو سوئه.

سأدرس في هذا الفصل بعض الملامح الرئيسية للتغييرات الممارسة على الجسد في عصر إعادة الاختراع الشاملة. يقدم الفصل ثلاثة مجالات لتغيير الجسد وإعادة اختراعه في الوقت الحالي: أولها صناعة مستحضرات التجميل، والثاني ثقافة الجراحة التجميلية وصناعة التغيير، والثالث إعادة اختراع الجسد على ضوء التطورات في التكنولوجيا الحيوية وتكنولوجيا النانو والطب الصنعي. سوف أستعرض خلال الفصل الأنواع العديدة لممارسات تغيير الجسد من منظور مجتمع إعادة الاختراع.

لعبة الجلد

عام 2011، ظهرت العارضة كيت موس على لوحات الإعلانات وفي المجلات اللامعة حول العالم، لتسويق مستحضرات تجميل وعطور من كريستيان ديور. في تلك الحملة التسويقية بعنوان «مدمن ديور»، كانت كيت موس، بعينين مسحوبتين كعيني قطة وشفاه مبرطمة مستوحاة من بريجيت باردو، تنظر إلى الكاميرا/ المشاهد مباشرة، ممسكة بأحمر شفاه مصمم ليبديها بمظهر المدمنة فائقة الشهرة. استطاعت موس أن تجمع الجاذبية الجنسية والإدمان

بضربة واحدة، ومزجت السحر والضعف بنسبة مدروسة. إن حملة «مدمن ديور» تظهر بشكل جيد إلى أي مدى صار الإدمان اليوم أشبه بـ«اختصار ثقافي» لإعادة الاختراع الدارجة. ما بين العناية باستخدام مستحضرات التجميل حتى صرعات الحمية والجراحة التجميلية، يمكننا أن نرى الإدمان على «إعادة تصميم الجسد» يُحول إلى مَربح.

يرى عالم الاجتماع الفرنسي الراحل جان بوديارد أن الثقافة الاستهلاكية تزيد وتعزز أشكال التجاوز القهري في إعادة تشكيل الجسد. فكرة بوديارد عن «العالم فائق الواقعية»، أي عن نساء ورجال العصر المهووسين بالنحافة واللياقة والجاذبية الجنسية الفائقة، هي فكرة فيها الإدمان مجسدًا. النزعة الاستهلاكية والإدمان متلازمان من وجهة النظر هذه. وصارت الثقافة الاستهلاكية في مجتمعات إعادة الاختراع المعاصرة موضع تبجيل، ومكلّفةً، بطريقة ما، بتسوية التناقضات المعقدة بين الرغبة والخيبة، بين العاطفة والفراغ. إن كان في النزعة الاستهلاكية شيء مُسكر فليس ذلك فقط لأنها تتاجر بالتوقعات المفرطة، بل لأنها تغوي بقدر ما تخدع. النزعة الاستهلاكية، التي تقدم الوعد بأسلوب متألق ثم تقصر عن الوفاء به كل مرة، تتبوأ مكانًا في بيئة من النشوة القاتلة، فكل إحباط ناتج عن عدم إشباع الرغبة يؤدي بدوره إلى إطلاق رغبات أو شهية جديدة. هكذا فإن الثقافة الاستهلاكية تغوي، تأسر، تستحوذ، ثم في نهاية المطاف تصيب بالصدمة.

إذا كانت الثقافة الاستهلاكية في المجتمع المعاصر تعيّب الجسم البشري، فإن صناعة التجميل حاضرة بالحلول المزعومة لإصلاحه. عندما تقدم شركات مستحضرات التجميل الناجحة حلولًا سريعة لعلامات شيخوخة الجسد، فإنها تستند إلى القلق الثقافي العميق من حاجة الأجسام إلى جهدٍ مستمر لترقى إلى المعايير المعاصرة للصحة والجمال والجاذبية الجنسية. من خلال الكريمات المسجلة والمستحضرات التي يوصي بها المشاهير، تروج صناعة التجميل للجمال بوصفه مشروعًا شخصيًا لتحقيق الذات وإعادة بنائها، شيئًا يمكن تحقيقه بالبذل المستمر للمال والعناية والالتزام. من وجهة النظر تلك، يركز الإعلان عن المنتجات التجميلية وترويجها -مثل أحمر الشفاه والماسكارا وألوان أحمر الخدود- على الأماكن المتعددة في الجسد التي تتطلب «عناية بالجمال» دائمة. وأشارت عالمة الاجتماع سيليا لوري أننا نشهد اليوم ازديادًا كبيرًا في مناطق الجسد التي تقدم لها صناعات التجميل منتجات وحلولًا تجميلية. الشفاه والرموش والأظافر والجلد والوجنات والكتفان والمرفقان وتحت الإبطين والساقان والقدمان: هذه وغيرها من أجزاء الجسد تصور في إعلانات صناعات مستحضرات التجميل والأناقة على أنها تتطلب اهتمامًا وجهدًا وإصلاحًا وتجديدًا بلا انقطاع.

في ظل إعلام عالمي يقدم درجة غير مسبوقة من التمحيص في الأجساد والصور التجارية للجنس، تضاعف القلق الثقافي المنتشر، المتعلق بحاجة أجزاء الجسد إلى عمل واهتمام مستمر وروتيني ويقظ.

باتت «العناية بالجسد» الشغل الشاغل لرجال ونساء العصر. وتعزز صناعة التجميل هذه الرغبة في الحفاظ على الذات وتحسينها وإعادة بنائها بطريقتين رئيسيتين: أولهما الإشارة في الإعلانات والعروض إلى «مخاطر» الشيخوخة وارتباطها بتداعي الجسد. ويرى بعض المحللين الثقافيين نتيجةً لهذه الروابط المعقدة بين الجمال والشباب والجاذبية الجنسية، أن يوضع الناس (والنساء خاصة) في حالة تأهب قصوى للكشف عن أي من علامات الشيخوخة أو ما يتصل بها من «عيوب جسدية». وهنا تكون جمالية الشباب -التي تربط السن مباشرة بالجمال الجنسي- أساسًا في بيع مستحضرات التجميل.

الطريقة الثانية التي تعزز بها صناعة مواد التجميل القوى الثقافية المحركة لإعادة الاختراع، هي وضع المستهلكين في موضع المتلقي لأحدث الاكتشافات والتطورات العلمية في مجال الجمال. بهذه الطريقة يؤطر العمل العاطفي والجمالي على إعادة اختراع الجسد بوصفه مواكبةً للمظهر مع المعرفة العلمية الموثوقة. في هذا السياق، أدى تسويق كريمات التجميل التي تمثل بدائل غير جراحية للجراحات التجميلية دورًا مهمًا في إعادة تعريف إعادة اختراع الجسد. لنأخذ مثلًا تسويق منتجات العناية بالبشرة من روديال، وهي شركة حققت نجاحًا مذهلًا بتقديمها الفعالية العلمية لمنتجاتٍ عالية التقنية وسريعة المفعول تؤدي إلى نحت الجسد دون جراحة. تقدم روديال للمستهلكين المتلهفين لامتلاك جسد مرغوبٍ مجموعةً

من الخيارات تتضمن «Arm Sculpt»، وهو منتج يحتوي على مادة «Lipocare» ويعد بـ«القضاء على أجنحة الخفاش»[1]، و«Boob Job» الذي يقدم زيادة في حجم الثدي تصل إلى نصف مقاس بعد 56 يومًا، وحتى «Tummy Tuck» الذي يمكنه تقليص «منطقة البطن» بمعدل يصل إلى 2 سم في ثمانية أسابيع. أسماء هذه الإصلاحات المزعومة مستمدة مباشرة من عمليات الجراحة التجميلية، وهي إحالة مصممة لإغراء المستهلكين. هل هو انتصار للضجة الإعلامية على الحقيقة؟ الكثيرون يعتقدون ذلك، حتى أن شكاوى المستهلكين ضد روديال أدت إلى فتح تحقيق أجرته هيئة مراقبة معايير الإعلان في المملكة المتحدة عام 2011. مع ذلك يظل شراء كريمات التجميل باهظة الثمن، والتي تعد بإحداث تغيير فوري، منتشرًا على نطاق واسع.

صارت صناعة التجميل أكثر اعتمادًا في تحقيق الربح على أحدث التطورات التقنية والعلمية في مجال الجراحة التجميلية. والاستخدام المتزايد لشعارات الجراحة التجميلية في تسويق مستحضرات التجميل جزء مهم من المنطق التجاري في التأثير على النساء والرجال كي ينفقوا المال على إصلاح وتغيير الجسد. خذ مثلًا بعض الشعارات، المختارة عشوائيًا تقريبًا من مجلات الموضة، في إعلانات منتجات العناية بالبشرة:

(1) جلد الذراعين المتهدل.

- يمكن للجراحة أن تنتظر.. حين تضحك، أو تعبس، يتجعد جبينك، ينكمش جلدك وتتعمق التجاعيد. الحل الذي نقدمه؟ «Wrinkle De-Crease».

- كبرها 40 ٪: تأثير الكولاجين لشفاه أكثر امتلاء بـ 40 ٪.

- جرب أحدث التطورات في علاج شد الوجه غير الجراحي.

- شفاهي بالشكل المثالي: شفاهي تبدو ممتلئة بشكل مذهل ومحددة بشكل مثالي.

- بمثل جودة الجراحة: كمالٌ مرسوم في لحظة.

من وجهة النظر الأيديولوجية لهذه اللغة الإعلانية يتضح أننا نعيش اليوم في عالم يزداد الجمال فيه ارتباطًا بقيم الجمال الخاصة بالجراحة التجميلية. من هذه الناحية تصبح النساء (والرجال على خطاهن) «مرغوبات» فقط بقدر تطبيقهن واتباعهن مشروع محاربة الشيخوخة واستراتيجيات إعادة الاختراع المرتبطة بتسويقه. المجتمع الاستهلاكي يتطلب تشديدًا فعالًا لعزيمة الأفراد: للتخلص من كل علامات الشيخوخة وعكسها، لتحديد مؤشرات الفناء والقضاء عليها. قد تكون هذه الاستراتيجيات في المجتمع الاستهلاكي المعولم عديدة ومتنوعة، لكنها تستمد إلهامًا ومرجعية من الجراحة التجميلية. يمنحنا ذلك الآن نقلة مناسبة إلى بحث أكثر تفصيلًا في نمو الجراحة التجميلية وثقافة التغيير.

التجميل الجراحي

لكي نرى كيف طال هوس إعادة الاختراع في الثقافة الاستهلاكية كل شيء حتى حدود الجسد نفسها، يكفي أن ننظر إلى النمو الهائل في الجراحة التجميلية وصناعات التغيير المرتبطة بها. ورغم أن ثقافة الجراحة التجميلية ليست بحجم صناعات مستحضرات التجميل أو الحمية الغذائية، لكنها عالمية ومزدهرة أيضًا، إذ يقدر أن تتجاوز قيمة السوق العالمي للجراحة التجميلية والتقنيات الجراحية المرتبطة بها 50 مليار دولار بحلول عام 2027. إذا كانت الجراحة التجميلية تمثل قطاعًا تجاريًا ضخمًا في القرن الحادي والعشرين، فذلك يرجع في جانب منه إلى الازدياد اللافت في عروضها وتنوع خدماتها. حتى وقت قريب كانت الجراحة التجميلية مرادفة لعمليات شد الوجه وتجميل الأنف بشكل أساسي، وظلت حكرًا على الأثرياء والمشاهير عمومًا. أما اليوم فصارت تعني أيضًا البوتوكس وتكبير الثدي وشفط الدهون وشد البطن وتكبير القضيب وشدّ الأفخاذ والأرداف. علاوة على ذلك فقد جرى تحول ديمقراطي ملحوظ في طب التجميل، تمثل بنقلة نوعية في توفر هذه الخدمات للسوق الجماهيري، تمولها في كثير من الأحيان بطاقات الائتمان والقروض الشخصية. تمثل ثقافة الجراحة التجميلية إذن حلولَ عصر يكون فيه المستهلكون على استعداد للاستدانة لتمويل رغبتهم ببطون مسطحة وأثداء أكبر حجمًا ووجوه أكثر شبابًا.

ماذا يخبرنا ذلك عن العالم الذي نعيش فيه؟ يرى بعض النقاد

أن انتشار ثقافة الجراحة التجميلية من أعراض إغراءات النرجسية والثقافة المأخوذة بالمظاهر السطحية. لكن ثقافة الجراحة التجميلية ترفض تهمة السطحية، فالمظهر والهوية في الوقت الحاضر -على حد زعم العديد من أنصار ثقافة التغير- مرتبطان على نحو وثيق، بحيث يصبح تصميم المظهر «مشروع هوية». حتى لو كان ذلك صحيحًا، فمن المفيد أن نقارن بين أنواع مختلفة من إعادة اختراع الجسد التي تشترى من خلال الجراحة التجميلية حول العالم، بالاعتماد على أرقام نشرتها الجمعية الدولية لجراحي التجميل. أظهرت تلك الأرقام أن تكبير الثدي وشفط الدهون هما أكثر العمليات الجراحية شعبية في أميركا الشمالية والمملكة المتحدة. وقدرت الجمعية الأميركية للجراحة التجميلية أن 318,123 عملية تكبير ثدي أجريت في الولايات المتحدة عام 2010، بينما قدرت الجمعية البريطانية لجراحي التجميل أن 9,418 شخصًا خضع لعملية تكبير الثدي في المملكة المتحدة في العام نفسه. لكن المثْل لا ينطبق على بلدان مثل اليابان والصين والهند حيث يعد تجميل الأنف والأجفان أكثر شيوعًا.

انعكست العلاقة الغرامية للمملكة المتحدة بثقافة الجراحة التجميلية خلال بدايات الألفية في التضخم المستمر بأعداد المرضى الذين يطلبون إجراء العمليات الجراحية[1]. لكن إذا كانت ثقافة

(1) Elliott, A. (2008) *Making the Cut: How Cosmetic Surgery Is Transforming Our Lives*. Chicago: University of Chicago Press.

الجراحة التجميلية مهيمنة في المملكة المتحدة، فإن قبضتها أشد وطأة في أنحاء أوروبا عمومًا. نشرت مجلة تايم تقريرًا بعنوان «التحول الجذري في أوروبا»، وثق أن أعدادًا غير مسبوقة من الأفراد يطلبون إجراء عمليات جراحية اختيارية خلال بدايات الألفية. وتفوقت بلدان مثل فرنسا وألمانيا وإسبانيا وتركيا، على بريطانيا في استهلاكها لثقافة العمليات التجميلية الصغرى. ومن الملفت أن نجد الإقبال الأشد شغفًا على ثقافة الجراحة لدى الجيل الأصغر سنًا.

مع انخفاض تكلفة الجراحة التجميلية وازدياد توفرها عن أي وقت مضى، سرعان ما أصبحت خيارًا متعلقًا بأسلوب الحياة. وكان لثقافة الشهرة دور محوري في هذا الصدد، بما أحدثته من مزجٍ بين البوتوكس ومظاهر الترف، فغيّرت جوانب عديدة في المشهد الثقافي اليوم. المتناول بالتدقيق المستمر في هذه الثقافة هو الجسد المعاد اختراعه، إذ توثق المجلات مثل Who Weekly وPeople وبرامج التلفزيون مثل E News وEntertainment Tonight، التحسينات الجراحية والتحولات التجميلية لدى المشاهير. وبالمثل تصور برامج التغيير الجذري المتلفزة الجسدَ بوصفه موقعًا للتغيير وإعادة الاختراع. البرامج مثل Extreme Makeover الذي يعرض على القناة الأميركية ABC، وTen Years Younger الذي يعرض على القناة الرابعة في المملكة المتحدة، التي تستخدم العمليات التجميلية لـ«إعادة تصميم» النساء، بالإضافة إلى العديد من برامج القنوات المدفوعة مثل Cosmetic Surgery Live و The Swan وبرنامج I want

a famous face الذي يعرض على قناة MTV؛ تعرض الأجساد، بتفصيلٍ مجهري، وهي تُحقن وتنتف وتلكز وتشفط وتقطب وتقلص وتحسن جراحيًا. الجراحة التجميلية المتطورة وتحسينات الجسد التجميلية عالية التقنية وطب الأسنان التجميلي والنظم المستحدثة في الرياضة والحمية كلها تستخدم دائمًا في هذه البرامج لتعزيز الجمال بشكل صناعي، وإعادة نحت الجسد وإعادة بناء الذات.

إذا كانت الجراحة التجميلية المستوحاة من المشاهير رمزًا طاغيًا للثقافة المعاصرة، فذلك لأن تأثيرها بلغ كل شيء وصولًا إلى الممارسات الاجتماعية الروتينية، حتى بات الجسم البشري اليوم يصور على أنه متناهٍ في اللدونة والطواعية. اللدونة هي بالطبع بشرى بالنسبة إلى تيار الحياة التجارية السائدة، وقليل من المجالات في الثقافة الاستهلاكية المعاصرة يزيد ربحية على تلك التي تتقاطع فيها صناعة التغيير مع التسوق. تستخدم الصناعة الاستهلاكية والأسواق الاستهلاكية إحالات مستمرة في المنتجات والملصقات والعلامات التجارية والخدمات إلى إعادة النحت والتشكيل التجميليين للجسد. إن مجمل اللغة التجارية لثقافة الجراحة التجميلية تركز بدأب على التغيير الدوري ومعاملات الشراء المنفردة. وصارت الإجراءات التجميلية -من حقن البوتوكس ومالئات الكولاجين إلى شفط الدهون وتكبير الثدي- تختزل إلى عقلية شرائية. يوجد الآن جيل ناشئ من المستهلكين الذين يمكن تسميتهم الجيل اللدن، يتعاملون مع الجراحة التجميلية كما يتعاملون مع التسوق: استهلاك سريع ونتائج

فورية. تحدثت جنيفر هاياشي دانز في كتابها Stripped[1]، من تجربتها الشخصية في ثقافة نوادي رقص الحضن، عن «الإشباع الفوري» المرتبط بشراء غرسات الثدي. فالحديث المستمر عن تكبير الثدي في ذلك المجال، بحسب دانز، يعني أن النساء يشعرن بأنهن يشترين ما يعادل سيارة جديدة أو حقيبة لأحد المصممين حين يقررن الخضوع لمبضع الجراح. إنه توجهٌ ينفذ الآن إلى الثقافة الأوسع، خاصة مع تحول غرسات الثدي إلى شيء طبيعي من خلال المواد الإباحية على الإنترنت وبرامج تلفزيون الواقع.

يمكن القول إن رسالة إعادة الاختراع التي تروج لها الجراحة التجميلية وصناعات التغيير مثيرة للسخرية بشكل خاص. الترنيمة التسويقية للعديد من صناعات التغيير تقتضي أن لا شيء يمنعك عن إعادة اختراع نفسك على أي وجه تريد. لكن، إذا كان للقدرة على إعادة نحت جسدك وفقًا لتصميمك الذاتي مزايا، فإن لها قيودًا أيضًا. لعل أبرزها أن التحسينات الجراحية تجرى على الجسد باعتبارها مؤقتة عمومًا. فصلاحيتها، فعليًا، مستمرة حتى «العملية التالية». أيّ مريض أو زبون عائد من عملية تجميلية أجراها جراح مرموق، لنقل، في هارلي ستريت بلندن أو بيفرلي هيلز، يرجح أن يعود بأكثر من مجرد ضمادات وجروح، فالعديد من عيادات الجراحة التجميلية صارت ترسل مرضاها إلى منازلهم

(1) Danns, Jennifer Hayashi (2011) *Stripped*. Forest Row, East Sussex: Clairview Books.

مع مجلة أو دليل أو أحيانًا أقراص DVD، فيها ملخص العمليات الجراحية الأخرى التي يمكن للمرء من خلالها الحفاظ على جسده المحسن جراحيًا خاليًا من العيوب. مع ذلك، تجمع الثقافة الجراحية بين التقنية المذهلة وتصميم الذات المبالغ فيه، بين التطورات الطبية والنظرة النرجسية للذات على أنها عمل فني. الانبهار الثقافي الحالي بالجراحة التجميلية يمثل الصراعَ بين الخيال والواقع، الانتصارَ الباهظ الثمن للمجتمع على البيولوجيا.

إعادة الاختراع تنسجم مع النزعة الاستهلاكية في تلك الناحية. الوضع الأمثل هو أن نجني فوائد الصناعات الاستهلاكية في الوقت الحاضر دون أن نحرم أنفسنا من المبتكَر القادم من المنتجات والخدمات، لكي يظل المرء متجددًا دومًا ومواكبًا تطورات مجتمع إعادة الاختراع. في المحصلة، إن التركيز الدؤوب اليوم على إعادة اختراع الذات بشكل مستمر ومتواصل ولانهائي، يشكل ثقافة «التتالي»[1]. نتحدث هنا عن الهوس المزمن والقهري بمراكمة التجارب واقتناء السلع، الهوس الاستهلاكي الذي وصفه عالم الاجتماع البولندي الراحل زيغمونت باومان بأنه «اقتصاديات الخداع». في كتابه «الحياة السائلة» سلط باومان الضوء على المنطق الثقافي لاقتصاد الخداع العالمي اليوم:

«يقوم المجتمع الاستهلاكي على وعد بإشباع الرغبات البشرية بما يفوق ما كان بإمكان المجتمعات الماضية كافة أن تشبعه أو تحلم

(1) Elliott, A. and Urry, John (2010) *Mobile Lives*. London and New York: Routledge.

بإشباعه. ولكن وعد الإشباع لا يحتفظ بسحره إلا بعدم الإشباع، والتشكك في الإشباع الحقيقي والكامل للرغبة. فتحديد أهداف متواضعة، وضمان الوصول إلى الأشياء التي تحقق الأهداف، والاعتقاد بوجود حدود موضوعية للرغبات «الواقعية» و«الحقيقية»، كل ذلك يمثل نذيرًا بنهاية المجتمع الاستهلاكي. أما عدم إشباع الرغبات، ووجود اعتقاد راسخ دائم بأن كل فعل يرمي إلى إشباعها يفسح المجال لما يمكن أن نرغب فيه ونحسنه ونجدده، فهو محرك الاقتصاد المتمركز حول الاستهلاك»[1].

إن الرغبة المجنونة لدى المستهلكين بوعود إعادة الاختراع هي ما يجعل منتجات وخدمات الصناعة الاستهلاكية الحالية قاصرة دائمًا عن إشباعها. فمهما جمع المستهلكون من تجارب يظل لديهم دومًا رغبة بالمزيد، وأصبحت سمة مجتمع إعادة الاختراع أن يربط هذا الهوس بالحرية. بالنسبة إلى باومان، فإن الخداع، أو الوعود المخلفة للمنتجين، شرط لا غنى عنه بالنسبة إلى النزعة الاستهلاكية ونطاقها الآخذ بالاتساع من احتياجاتٍ ومطالب ورغبات جديدة.

لكن الحفاظ على الرغبات مفتوحةً للجولة التالية من المنتجات والخدمات المبتغاة ليس ضمانًا لاستمرارية مجتمع إعادة الاختراع. ما هو، أو من هو الأساس في النظام الاجتماعي لإعادة الاختراع؛

(1) الحياة السائلة، زيغمونت باومان. مستهل الفصل الخامس بعنوان «المستهلكون في مجتمع حديث سائل»، ترجمة حجاج أبو جبر.

ذلك أمر يعتمد على المنتجين والمستهلكين معًا. وفقًا لباومان، تطبق الصناعة الاستهلاكية نهجين رئيسيين للحفاظ على توجه المستهلكين نحو أسواق إعادة الاختراع الاستهلاكية؛ أولهما يتمثل في نزع قيمة المنتجات الاستهلاكية مع اقترابها من نقطة الإشباع في الاقتصاد أو بعد ذلك بزمن وجيز. مشغلات الـ DVD التي كانت بالأمس غلبتها نتفلكس، والهاتف الذكي المشترى حديثًا من المتاجر الكبرى سرعان ما صار عتيق الطراز، وحلت محله الميزات الجديدة للبضاعة الأحدث. يقول باومان إن هذا التدهور في صلاحية المنتجات يترافق مع تحفيز أسواق جديدة. زد على ذلك أن تدهور الصلاحية هذا ليس بجديد، فهو أسلوب معروف ومتّبع في الصناعة الاستهلاكية منذ نشأتها. الجديد هو انحلال الإطار الزمني الذي كان يقدر مدة دوام قيمة المنتجات الاستهلاكية، فما كان يدوم خمس سنوات من قبل سيكون محظوظًا اليوم لو صمد عدة أشهر. هكذا تنتشر فكرة «العابر» في الثقافة الاستهلاكية بأكملها. على ضوء كل ذلك، ليس من السهل الحكم ما إذا كان المنتج المشترى ما يزال لازمًا أو مرغوبًا في نمط حياة الاستهلاك السريع اليوم، فالمستهلكون لا يواجهون مجموعة خارجية من المعايير بخصوص ديمومة المنتج أو الخدمة. بل إن المرء «يتشرّب» تلك المعايير في خلال تهيئة نفسه ليكون «على أتم استعداد» للعروض الاستهلاكية الجديدة و«مترقبًا» لها، الأمر الذي صار اليوم معيارًا لكفاءة الذات.

يقول باومان إن الشغل الشاغل في مجتمع المستهلكين اليوم هو:

«القدرة على ... تطوير رغبات جديدة على مستوى المغريات الجديدة التي لم يسمع بها من قبل ولم يتوقعها أحد، وعلى «التلذذ بالتجربة» أكثر مما سبق، وعدم السماح للحاجات المعهودة بأن تلغي أهمية اللذات الحسية أو تقييد المقدرة على استيعابها وتجربتها»[1].

يقترح باومان أيضًا أن الصناعة الاستهلاكية تحفز رغبات المستهلكين من خلال «إشباع كل حاجة أو رغبة أو شهوة بطريقة لا يمكن إلا أن تولد حاجة أو رغبة أو شهوة جديدة». هذا الاستغلال للسلوك الاستهلاكي يشمل الإحالات المستمرة للمنتجات والأسماء والعلامات التجارية والخدمات. عند إقدام الناس على شراء المنتجات والخدمات اليوم، يعمل التسويق الاستهلاكي -وبجهد مضاعف- لضمان ألا يشكل المنتج أو الخدمة المقدمة خاتمةً لاستهلاك المستهلك للسلع. من وجهة نظر باومان، يحقق ذلك من خلال ربط المنتجات والخدمات بخيارات استهلاكية أخرى. قد يريد مستهلكو مرطب البشرة مثلًا تنشيط بشرتهم، لكنهم أثناء تسوق المنتج المطلوب يرجح أن يوصى لهم عدد لا ينتهي من المنتجات ذات الصلة -منتجات الحماية من الأشعة فوق البنفسجية، وكريمات خلاصة الجنسنغ النقية، ومنتجات فيتامينات E وC التي تباع جميعًا بالشعار التسويقي «سر المظهر المتألق». القدرة على إبقاء كل الخيارات الاستهلاكية مفتوحة، والاستعداد لاعتناق سيولة وزحمة المواد والخدمات التي يوفرها السوق: هذه هي السمات الرئيسية للاستهلاك المعاصر في

---

(1) الحداثة السائلة، زيغمونت باومان، ص 131، ترجمة حجاج أبو جبر.

زمن إعادة الاختراع. «تصبح الرغبة» كما كتب باومان، «هدفًا بحد ذاتها، والهدف الوحيد البديهي والمسلم به». الرغبة في عصر مجتمع إعادة الاختراع ليست مجرد التوق إلى استهلاك المزيد، بل إلى استهلاك الإمكانيات اللانهائية التي تقدمها الصناعات الاستهلاكية من أجل إعادة بناء واختراع الذات. يقول باومان «إن الرمز الذي برمجت به «سياسة حياتنا» مشتق من براغماتيات التسوق».

لكن، حقًا، ألا يمكن أن يكلّ المرء من التسوق؟ ألا يتعرض مجتمع إعادة الاختراع للخطر، عند حد معين، بسبب خواء الرغبة الاستهلاكية أو استحالة مشروع إعادة الاختراع؟ هنا يفيدنا مجددًا سوق الجراحة التجميلية. فالطفرة في الجراحة التجميلية، التي تناولتُها بإيجاز في هذا الفصل، مرآة تعكس المنطق الاجتماعي لإعادة الاختراع التي أطلقتها العولمة، بتمويهها الحدود بين الحقيقة والخيال، وبين الثقافة والبيولوجيا. دعاة إعادة الاختراع كانوا منذ بدايات الألفية يهللون لثقافة الجراحة التجميلية وثقافة التغيير المرتبطة بها. وثقافة إعادة الاختراع المفرطة هذه كانت تعِد، على حد زعم البعض، بسعادة أعمّ، وساهمت في إرساء معتقد جديد فيما يتعلق بمعايير الجمال والجسد. طوال مدة، سادت حساسية ثقافية جديدة محكومة بثقافة الجراحة التجميلية، تجلت في الموضة والسينما وموسيقا البوب ومستحضرات التجميل وما شابه. لكن اتضح أن النظام معرض للخلل، وجاء الخلل الثقافي نتيجة تجاوزات صناعة الجراحة التجميلية والتغيير ذاتها. في بدايات عقد 2010 مثلًا،

اندلعت فضيحة إعلامية حول تمزق غرسات للثدي من إنتاج شركة فرنسية اسمها Poly Implant Prosthesis (PIP). تبين أن الغرسات لم تصنع باستخدام سيليكون بمواصفات طبية، كما هو مطلوب بموجب القانون الأوروبي، بل باستخدام سيليكون ذي مواصفات صناعية، يستخدم في صناعة الفُرش مثلًا. وأظهرت الفضيحة ارتباط الزرعات المعيبة بالإصابة بالسرطان، وتبين أن أكثر من 30 , 000 امرأة في فرنسا خضعت لتكبير الثدي بسيليكون صناعي. اندلعت احتجاجات شعبية عديدة في أنحاء أوروبا، وأوصت هيئات الصحة في فرنسا وألمانيا وجمهورية التشيك وغيرها بالإزالة الفورية للغرسات المعيبة.

في غضون ذلك، وكما هو الحال في معظم فضائح الإعلام العالمي، تنامى الحديث حول التهديدات الصحية والأخطار الطبية المرتبطة بالجراحة التجميلية. وظهر في ذلك الوقت ارتباط الحقن المضادة للشيخوخة ومالئات الوجه الأخرى، بمضاعفات صحية والتهابات وتشوهات خطرة. ازدادت المخاوف المتعلقة بسلامة العديد من الإجراءات التجميلية غير الجراحية، واشتد النقاش حول ضبط ممارسي العناية التجميلية غير المؤهلين. لفتت هذه الفضائح الإعلامية النظر أيضًا إلى التبعات العاطفية طويلة الأمد لما يسمى «الإشباع الفوري» في ثقافة الجراحة التجميلية، إذ ارتبطت الندوب والتشوهات بدورها بتدمير حياة بعض الناس. هل كان لهذا الاضطراب الثقافي أن يؤدي إلى تفكيك كامل لمجتمعات إعادة

الاختراع؟ ممكن. لكن، بطريقة ما، لم تضعف هذه التطورات في المجال -على الرغم من فظاعتها- التركيز التقليدي لصناعات التغيير على إعادة الاختراع. لا شك أن نزعة «الوقتيّة» في مجتمعات إعادة الاختراع ساعدت المستهلكين على تنحية أسوأ مخاوفهم وشكوكهم وهواجسهم حول سلامة العمليات الجراحية التجميلية على المدى الطويل. من هذه الناحية، تظل ثقافة الجراحة التجميلية وصناعات التغيير ذات تأثير شديد واستثنائي في المجتمعات المعاصرة، وليس من الواضح إن كانت التغطية الإعلامية للعمليات الجراحية الفاشلة وتجاوزات الصناعات غير المضبوطة، كافية لتغيير منحى طلب المستهلكين على وسائل إعادة اختراع الجسد هذه. هذا يعني أن ما شهدته الجراحة التجميلية من ازدهار ورواج ثقافي يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالإنتاج الاجتماعي لإعادة الاختراع.

إعادة اختراع الحياة نفسها: الإنسان المستقبلي

إذا كانت الجراحة التجميلية قد أحدثت تحولًا في إعادة تصميم الجسد في عصرنا، فإن التطورات الأخيرة في مجال التكنولوجيا الحيوية وتكنولوجيا النانو والطب الصناعي دفعت الرغبة بإعادة الاختراع دفعة مضاعفة. ويعد الظهور السريع لتقنيات الطباعة الحيوية، التي تعتمد على تطورات الطباعة المجسمة وما يرتبط بها من أشكال الإنتاج الرقمي، ذا تأثير مهم في هذا الصدد. فبالإضافة إلى هندسة أنواع مختلفة من المنتجات التي تتضمن مكونات حيوية،

استُخدمت الطباعة المجسمة خلال العقد الماضي في تصنيع كل شيء من الأوعية الدموية إلى الخلايا الجذعية والجلد البشري[1]. شهد مجال الطباعة الحيوية المجسمة –الذي يستخدم النسيج الحيوي لطباعة أجزاء الجسد الصغيرة وأعضاء حيوية– تطورات مذهلة في الفترة الماضية من الناحيتين العلمية والتقنية، سأورد بعضًا من منجزاته التي حققت مؤخرًا. طور مهندسو أحياء في جامعتي واشنطن ورايس بحثًا في طباعة الشبكات الوعائية التي تحاكي الممرات الطبيعية للدم والهواء والسائل اللمفاوي والسوائل الحيوية الأخرى في الجسم. وفي إنجاز مهم بجامعة تل أبيب تمكن العلماء من طباعة أول قلب صناعي بأوعية دموية، باستخدام خلايا المريض ومواده الحيوية. وفي المملكة المتحدة طور فريق من جامعة سوانزي عملية طباعة حيوية يمكن أن تنتج نسيجًا عظميًا اصطناعيًا باستخدام مواد حيوية متينة متجددة. هذه الابتكارات العلمية التي توظف الطباعة المجسّمة مذهلة بلا شك، ويرى بعض الخبراء أن الطباعة الحيوية لأجزاء الجسد تمثل الخطوة القادمة في زراعة الأعضاء، لتحل محل الحاجة إلى أعضاء المتبرعين في المستقبل.

يذكر عالم الأحياء اللامع كريغ فينتر في كتابه «الحياة بسرعة الضوء»[2] أنه لا يرى حدًا لإعادة الابتكار الرقمي للحياة الصنعية. فيوجد، بنظر فنتر، روابط دقيقة بين رمز الحمض النووي البشري

---

(1) Elliott, A. (2016) *Identity Troubles*. London and New York: Routledge.

(2) Venter, C. (2013) *Life at the Speed of Light: From the Double Helix to the Dawn of Digital Life*. London: Little, Brown.

والرمز الحاسوبي الرقمي. سيكون من نتائج ذلك بزوغ عصر التصميم البيولوجي الرقمي، الذي تصمم فيه الحياة على حاسوب ثم تنقل بشكل فوري عبر شبكات حاسوبية عالمية، مما سيؤدي إلى إعادة اختراع للحياة البشرية نفسها. وكتب فنتر:

«عندما يحول الحمض النووي إلى معلومات رقمية فإنه لا يتراكم في قاعدة بيانات الحاسوب فحسب، بل صار بالإمكان نقله كموجة كهرومغناطيسية بسرعة الضوء أو ما يقاربها عبر ناقل بيولوجي، لإعادة تصنيع البروتينات والفيروسات والخلايا الحية في مكان بعيد، مما قد يغير رؤيتنا للحياة إلى الأبد. بهذه الرؤية الجديدة للحياة والتطورات الأخيرة في قدرتنا على التحكم بها، ينفتح الباب كاشفًا عن إمكانيات جديدة مثيرة. وفيما يقترب العصر الصناعي من نهايته، نشهد مولد عصر التصميم البيولوجي».

باختصار، أعيد تعريف الـ DNA بوصفه برنامجًا، وأعيد اختراع الإنسان إلى كائن رقمي أو إنسان مستقبلي. من هذه الناحية يتوافق بحث فنتر مع التطورات الأخرى في الطب الحيوي والتقنية الحيوية، التي أعيدت فيها صياغة المجال الحيوي جذريًا، واتخذت عمليات العزل والتخزين والتحديد والتجميع والنقل موقعًا محوريًا في إعادة الهندسة الحيوية وإعادة تصميم البشر. يشير نيكولاس روز في كتابه «سياسة الحياة نفسها»[1] إلى هذه التطورات بوصفها ظهور

(1) Rose, Nikolas (2007) *The Politics of Life Itself: Biomedicine, Power and Subjectivity in the Twenty-First Century*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

«السياسات الحيوية الجزيئية»، ويقول إن الإنسان اليوم يصبح «لا أقل بيولوجية، بل فائق البيولوجية». إنه عالم الصناعات الدوائية متعددة الجنسية، وشركات التكنولوجيا الحيوية، وشركات التقنية الوراثية، والبنوك الحيوية، والتحوير الجزيئي، الذي تتاجر فيه الرأسمالية بما هو بيولوجي، في اعتماد متزايد على نقل الطبيعة الحية واستخدامها وتحويرها وتسليعها. في هذا التشابك بين التمويل والمختبر، يعد استخراج قيمة اقتصادية من العمليات الحيوية أمرًا بالغ الأهمية. ويمثل عالم السياسات البيولوجية الجزيئية إعادة اختراع غير مسبوقة للحياة نفسها، يكون التحول من إنسان إلى إنسان مستقبلي أمرًا أساسيًا فيها.

إعادة اختراع الإنسان كإنسان مستقبلي تنسجم مع الاقتصاد الحيوي العالمي الجديد، الذي تطلق فيه التكنولوجيا الحيوية العنان لتقنيات طبية حيوية فريدة في التحوير الجيني وزرع الأعضاء وتقنيات الإنجاب والأدوية النفسية. من المرجح أن يكون لمآل القرن الحادي والعشرين (قرن التقنية الحيوية) تأثير هائل على مدى استمرار إعادة الاختراع سمة بارزة، ليس في الاقتصاد العالمي وحسب، وإنما في الحياة الشخصية والنفس. إن الطب الحيوي ليس مجرد قطاع تجاري ضخم، فالتطورات في علوم الحياة والتقنية الحيوية دخلت الآن نسيج الحياة الشخصية نفسها، إلى ما يعنيه أن تكون ذاتًا، وتظهر هذه الوساطة غير المسبوقة للطب الحيوي والهوية الذاتية من خلال إعادة اختراع العلاقات الاجتماعية وما يرتبط بها من عمليات

اقتصادية وثقافية وسياسية. سعت العديد من المساهمات إلى تناول هذا التحول الجذري للإنسان وما يرتبط به من إعادة اختراع للهوية الذاتية، مثل كتاب فرانسيس فوكوياما «مستقبل الإنسان المستقبلي: عواقب ثورة التكنولوجيا الحيوية»[1]، وكتاب ن. كاثرين هايلز «كيف أصبحنا بشرًا مستقبليين»[2]. تركز هذه المساهمات بصورة عامة على كيفية التداخل بين الطب الحيوي والمعلوماتية الحيوية والتكنولوجيا الحيوية من جهة، والاقتصاد العالمي والرسملة التقنية من جهة أخرى، في مختلف أشكال الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.

في كتابها «الإنسان المستقبلي»[3] تذكر روزي بريدوتي أن عصر الطب الحيوي يؤثر في صميم حياتنا العامة والخاصة أيضًا، ويعيد تشكيل الهوية في خلال ذلك، مكونًا أشكالًا جديدة من الترابط الاجتماعي وبدائل للبناء المجتمعي. في عالم الصناعات الدوائية متعددة الجنسيات وشركات التقنية الحيوية وشركات التكنولوجيا الوراثية والبنوك الحيوية والتحوير الجزيئي، تنهار الأفكار التقليدية حول الهوية الذاتية والفرد الليبرالي المستقل. تقول بريدوتي إن زوال هذا العنصر البشري الفرداني، الصارم في توكيد الذات والاستقلالية، يتزامن مع ظهور «الفرد البدوي المستقبلي». وترى

(1) Our Posthuman Future: Consequences of the Biotechnology Revolution, Francis Fukuyama.
(2) How We Became Posthuman, N. Katherine Hayles.
(3) Braidotti, R. (2013) The Posthuman. Cambridge: Polity Press.

أن إعادة اختراع الإنسان كإنسان مستقبلي تحدث من خلال نقاط عديدة غير خطية من التحول والتعقيد وحلقات الاستجابة والتغيير الديناميكي. لا ينبغي النظر إلى ظهور تقنيات الطب الحيوي المعاصرة على أنها مجرد تحويل الإنسان إلى إنسان مستقبلي، بل على أنها تحدث تغييرًا كبيرًا في اللامساواة وأشكال القوة غير المتكافئة. يمكننا أن نرى مثل هذا التقسيم الطبقي في المجتمعات المعاصرة مع ظهور الإنسان المستقبلي المعدل وراثيًا والإنسان المعزز تقنيًا. تتطلب إعادة اختراع الإنسان كإنسانٍ مستقبلي معدلٍ وراثيًا ومعزز تقنيًا موارد اقتصادية كبيرة، وهذا ما سيزيد تأثير التفاوت الاجتماعي القائم في علاقات القوة غير المتكافئة في السياسة الحيوية المعاصرة ويزيدها تشعبًا.

من هذه الناحية، ينتج تفاوت القوى اليوم لا من الحرمان المادي وحده، بل من القوة الرمزية الممنوحة للأجساد التقنية المحسنة بيولوجيًا والهويات المعدلة وراثيًا. أمام تعديل الأجنة في عمليات التكاثر البشري وقرصنة الجسد في الفضاء الرقمي، وصولًا إلى الإنسان المستقبلي المحسن بيولوجيًا أو المهندَس حيويًا أو حتى المعاد بناؤه بتقنية النانو، يصبح التعامل مع إعادة الاختراع قضية ذات أهمية ملحة على الصعيدين العام والخاص على حد سواء. لكن يبقى السؤال الأهم: هل سنستطيع السيطرة على قوى التكنولوجيا الحيوية والطب الحيوي التي أطلقناها؟

2

إعادة اختراع الأشخاص

ليس تحليل الذات ونقدها من المظاهر التي قد يقرنها معظم الناس بالحفلات، لكن يبدو أن الأخصائيين والمعالجين النفسين الذين يديرون «حفلات الاستشارة النفسية السريعة» يزدهرون عن طريق مزج المشورة بالمغامرة بنسبة جديدة. حفلات الاستشارة السريعة تمثل صيحةً جديدة في العلاج النفسي، موجهةً لأهل الثقافة الإعلامية التي لا تنام، والتي تترافق فيها الرغبة بأنماط الحياة السريعة مع الرغبة بالتقييم السريع لأي مشاكل عاطفية مرتبطة بها. في عالم يتميز بشبكات العلاقات المهنية والعقود المؤقتة والحميميات المتفاوض عليها والتوصيل الفوري، يبدو جليًا أن جلسة التحليل النفسي الموجزة التي تقدمها الاستشارة النفسية السريعة في ثلاث دقائق، موجهة لأولئك الذين يسعون إلى إعادة الاختراع على عجل. لا شك أن هذا سبب رئيسي من أسباب تضخم الاهتمام بالعلاج النفسي السريع الذي وصفته سوزان شابيرو، مؤلفة كتاب «العلاج النفسي السريع»[1]، بأنه انتشر كالنار في الهشيم.

---

(1) Shapiro, Susan (2009) *Speed Shrinking*. New York: St. Martin's Press.

كتب فينسنت م. مالوزي في النيويورك تايمز[1] أن العلاج النفسي الخاطف المقدم في حفلات الاستشارة النفسية السريعة عبارة عن «معالجين يجلس العديد منهم خلف أكوامٍ من بطاقات العمل وكتبٍ هم مؤلفوها، آملين بخلق تفاعل مع عملاء جدد». هذا التفاعل المراد، الذي يفترض أن المريض (بمعنى: الزبون) يرغبه بنفس قدر المعالج، يجب أن يتولد في زمن قصير حدوده ثلاث دقائق، ففي هذا النوع من العلاج تعد الثلاثون ثانية تجاوزًا لوقت الجلسة المحدد. تحدث مالوزي عن أزمة أحد رواد تلك الجلسات، وهو رجل في منتصف العمر قلقٌ حول ثبات وظيفته، ويخشى أن يجد نفسه عاطلًا عن العمل. فيما تستنفد تكات الساعة وقت الجلسة، سألت المعالجة زبونها عما إذا كان يملك مهارات جانبية أو ربما بقايا طموحات مهنية. لم يتبادر إلى ذهن العميل إجابة، إلا أنه ذكر عرَضًا رغبته بتأليف عمل روائي. مع اقتراب نهاية الدقائق الثلاث قدمت المعالجة تقييمها السريع: «أقدِم على هذه المغامرة، في موقف كهذا، عليك أن تعيد اختراع نفسك». العلاج النفسي وإعادة الاختراع، على ما يبدو، يسيران يدًا بيد.

سوف أتوسع خلال هذا الفصل في موضوع إعادة اختراع الأشخاص، وأتناول بالنقد رواج العلاج النفسي واستخدامات أدب تطوير الذات. وفي معرض تناولي لانتشار العلاج النفسي في

(1) Mallozzi, Vincent M. (2009) «Answers to Life's Worries, in Three-Minute Bursts», The New York Times, 30 August.

المجتمعات المعاصرة، سأورد في القسم الأول من الفصل، بإيجاز، آراء الكتّاب الذين يرون أن العلاج النفسي يمثل انصياعًا قمعيًا من خلال التحكم بعواطف الناس. إلى جانب رفضي لتلك التقديرات، أريد أن أقترح أن من الأولى فهم العلاج النفسي كآلية لإعادة اختراع الذات في المقام الأول، آلية موجهة نحو السرعة والتغيير الفوري. يتناول القسم الثاني من الفصل أهمية كتب تطوير الذات في إعادة تكوين الذات اليوم، أما القسم الأخير فأناقش فيه الروابط الدقيقة بين ثقافة الشهرة ومجتمع إعادة الاختراع.

العلاج النفسي السريع

عصرنا عصر العلاج النفسي. منذ اكتشف فرويد تأثير «العلاج بالكلام»، الذي يتحدث فيه من يسمى «المريض» إلى من يسمى «المعالج» حول أي شيء يتبادر إلى ذهنه بحرية ودون قيد، أخذ الرجال والنساء في مدن الغرب البراقة والمترفة يسعون خلف الفوائد والمسرات الراقية للعلاج النفسي. بهذا المعنى قدم التحليل النفسي للناس، بوصفه شكلًا من أشكال العلاج، إمكانية وجود بدائل وحياة مختلفة. وهو يؤكد على أن الحياة العاطفية التي يعيشها النساء والرجال -وتلك التي لا يعيشونها- قابلة للمساءلة وإعادة التقييم وإعادة الصياغة.

عصرنا عصر العلاجات أيضًا، خاصة على مستوى إعادة بناء واختراع الذات. لغة العلاج اليوم باتت رائجة الاستخدام، في العالم

الغربي المعاصر على الأقل، في سياق الاهتمام والتفكير بالمعضلات الأساسية المتعلقة بالذات. أصبحت مفردات العلاج -مثل القلق والنرجسية والاكتئاب والعصاب والرهاب والحداد والتنفيس والآلية الدفاعية والتصرفات القهرية والصدمة- ملمحًا أساسيًا للسلوك العاطفي الذي يتفاعل من خلاله نساء ورجال العصر مع الذات ومع الآخرين والعالم الأوسع.

أخيرًا، وبالإضافة إلى انتشار العلاج النفسي ولغة العلاج، فإن عصرنا هو عصر ثقافة علاجية شاملة. أي أن ثقافة العلاج النفسي تغلغلت لا في نظرة الأفراد وحدهم إلى العالم، بل إلى الإطار المعنوي للشركات والمنظمات والمؤسسات، وبالتأكيد، الأمم والمناطق الجيوسياسية. فالشركات اليوم تمر، أكثر من أي وقت مضى، بفترات متكررة من الأزمات أو الضغوط، وتسعى للتعافي منها. وتعمل المنظمات والشركات على «بناء الثقة» بهدف «شفاء» انعدام ثقة الموظف في القيادة أو الإدارة. ويقال الآن عن بلاد بأكملها أنها عاشت فترات «صدمة وطنية»، مثل الولايات المتحدة بعد الهجمات الإرهابية في 11 أيلول، أو المملكة المتحدة بعد أعمال الشغب في لندن عام 2011. يمكن القول إن المجتمعات الوطنية المصابة بالصدمة جزء لا يتجزأ من الواجب العلاجي الذي صار محط الاهتمام في الفترة المعاصرة.

يمكن رؤية هذا التداخل بين العلاج الفردي ولغة العلاج وثقافة العلاج في مختلف نواحي الحياة اليومية والثقافة الشعبية. فمن

أريكة المعالج النفسي والعلاج النفسي عبر الإنترنت، إلى البرامج الحوارية المتلفزة مثل أوبرا وريكي ليك وجيرالدو، والسير الذاتية الاعترافية مثل كتاب إليزابيث ورتزل «أمة البروزاك» عام 1995، حتى التدريب على مهارات الحياة والاستشارة النفسية السريعة؛ بات واجب العلاج بالكلام قوة محركة. على الرغم من التعقيدات البالغة للعلاج النفسي والتحليل النفسي بأنواعه، والاختلافات بينهما، فإن مفهوم إعادة اختراع الذات جوهر كل هذه المساعي. يرتبط العلاج من وجهة النظر هذه ارتباطًا وثيقًا بالبحث عن «ذاتك الجديدة». وقد تسرب إيمان راسخ بإمكانيات إعادة بناء الذات وتصميمها إلى أشكال مختلفة من العلاج الفردي، لكن هذه الرغبات صارت تنظم أيضًا في غرف المعيشة حول العالم، لكي يُعرض مشهد المخاوف الشخصية مضخمًا عبر وسائل الإعلام للاستهلاك العام. برامج الراديو والتلفزيون الحوارية والعلاج النفسي عبر الإنترنت كلها أمور مركزية في إعادة تشكيل «العلاج بالكلام» عن طريق قوة مزدوجة: الوسائط المتعددة والثقافة الشعبية.

ما الذي يفسر ولع ثقافتنا بالعلاج النفسي؟ كيف يجب أن نفهم ازدهار العلاج النفسي، سواء استخداماته على مستوى علم نفس الفرد أو التأثير الأوسع الذي يمارسه على مستوى الثقافة؟ هل يمثل العلاج النفسي ولغة العلاج ببساطة شكلًا جديدًا من الضبط الاجتماعي؟ هذا ما اقترحه بعض النقاد، ونظرًا للاهتمام الذي أولي لتلك الآراء من المهم أن ننظر فيها بإيجاز.

في كتابه المؤثر الصادر أواخر الخمسينات بعنوان «انتصار العلاج»[1]، وصف فيليب ريف رواج العلاج النفسي بأنه إعادة تصميم للحياة العاطفية، خاصة فيما يتعلق بالمرض النفسي. إعادة التصميم هذه تنطوي على تأطير التفحص العلاجي لنفسية الناس، الذي يركز خاصةً على التعاسة الشخصية، بوصفه جزءًا من بحث أوسع عن «الصحة العاطفية». ومن الناحية الثقافية الأوسع، يرى ريف أن العلاج النفسي يسعى إلى بناء «الذات العاقلة في عالم مجنون». انتقد المؤرخ الأميركي كريستوفر لاش أيضًا العلاج النفسي، استنادًا إلى فكرة ريف حول «انتصار العلاج»، فكتب عن نشوء «ثقافة النرجسية»[2]. يرى لاش أن التجربة العلاجية تعزز حالة ثقافية من وسواس المرض، يُعرض فيها الأفراد عن المشكلات الاجتماعية المشتركة وينكفئون بدأبٍ على الذات. انتشار ثقافة النرجسية، بنظر لاش، يفسح المجال لواجب علاجي تصبح الأزمة فيه دائمة وشخصية في الوقت ذاته. في وقت لاحق هاجم فرانك فوريدي في كتابه «ثقافة العلاج»[3] هيمنة هذه الثقافة،

---

(1) Rieff, Philip (1965) *The Triumph of the Therapeutic: Uses of Faith after Freud*. New York: Harper and Row.

(2) Lasch, Christopher (1991) *The Culture of Narcissism: American Life in an Age of Diminishing Expectations*. New York and London: W.W. Norton & Company.

(3) Furedi, Frank (2003) *Therapy Culture: Cultivating Vulnerability in an Uncertain Age*. London: Routledge.

التي يدعي أنها تفرض انضباطية ثقافية جديدة من خلال التحكم القمعي بعواطف الناس.

أحد الانتقادات الأخرى لصعود العلاج النفسي، وهو انتقاد أشد تعقيدًا، ولافتًا أكثر بنظري، يركز على تحويل العلاج تقليدَ الاعتراف الديني إلى شكلٍ يوائم العصر العلماني. طور إحدى صور هذا النقد المؤرخُ الفرنسي الراحل ميشيل فوكو. كتابات فوكو معقدة، وذلك يعود إلى اللغويات البنيوية ونظرية ما بعد البنيوية؛ وعلى ذلك فإن الفكرة التي أحاول طرحها هنا، والتي تستمد من فوكو لكنها تختلف عنه، تنطوي على مصطلحات أعقد من التي استخدمتُها في مواضع أخرى في الكتاب. جوهر فكرة فوكو يلخص في أن العلاج يعيد استخدام الاعتراف الديني التقليدي كنوع من الذاتية، وذلك من خلال «تصنيع» حقيقة ضمن الإنتاج المستمر للقصص التي يروي بها الناس حياتهم. من وجهة النظر هذه، يتمكن الأفراد من الوصول إلى «حقيقة» عاطفية أعمق عن حياتهم، عن طريق حوار علاجي يكون فيه الاعتراف (عادةً، الاعتراف برغبات جنسية غير مقبولة) هو الأساس. العلاج بنظر فوكو جزء لا يتجزأ من ظهور «مجتمع الاعترافات»:

«لقد نشر الاعتراف آثاره على أوسع نطاق: في القضاء، في الطب، في التربية، في الروابط الأسرية، في العلاقات الغرامية، في أبسط أمور الحياة اليومية وفي أشد الطقوس رسمية. إننا نعترف بجرائمنا وذنوبنا، بأفكارنا ورغباتنا، بأمراضنا ومعاناتنا؛ ونحرص

على أن نحكي، بأكبر قدر من الدقة، كل ما يصعب الإفصاح عنه»[1] [2].

خلال طرحه هذا الرأي وصف فوكو نقلةً حصلت أواخر القرن التاسع عشر في لغة الاعتراف من الكنيسة إلى أريكة المحلل النفسي، حيث يفترض أن المريض المغتمّ يصنّع حقائق جديدة حول الهوية من خلال العلاج بالكلام. كتب فوكو متأملًا صعود ثقافة العلاج النفسي أن في «عقيدة الذات الكاليفورنية يفترض بالشخص أن يكتشف ذاته الحقيقية، أن يفصلها عما قد يحجبها أو يشعرها بالغربة، ويفك غموض حقيقتها بفضل علم النفس أو التحليل النفسي».

ينسجم «العلاج بالكلام» بنظر فوكو مع طيف من التجارب التي يسميها «تقنيات الذات». تعمل العلاجات النفسية، مثل السجون أو العيادات أو المستشفيات، على حبس الذات في خطابات وتعليمات ما يعد سلوكًا مناسبًا؛ نحن نتخلى عما أصبحنا عليه كي ننصاع لتعليمات ما يفترض بنا أن نكونه. يرى فوكو أن العلاج النفسي، أو عقيدة الذات الكاليفورنية، على ارتباط وثيق مع ظهور «السلطة الضابطة»، التي يخدم فيها الحديثُ تنظيمَ إنتاج «الأجساد الطيعة».

---

(1) ميشال فوكو، تاريخ الجنسانية -1- إرادة العرفان، ترجمة: محمد هشام، ص50. بتصرف.

(2) Foucault, M. (1978) *The History of Sexuality Volume 1: An Introduction*. New York: Vintage Books.

كان لحديث فوكو عن تقنيات الذات، في إطار نقده للعلاج النفسي والمهن النفسية، أثر كبير في العلوم الاجتماعية والإنسانية، وفيه الكثير مما هو مقنع، ومما لا ريب فيه أن العلاج النفسي كان وثيق الصلة بصناعة السلطة وتنظيم الأنماط السلوكية لدى الأفراد في المجتمعات الحديثة. مع ذلك، يوجد قصور جدّيّ في تحليل فوكو للذات[1]. لا شك أن اقتراح فوكو بأن العلاج النفسي صار ببساطة امتدادًا للاعتراف الديني، ليس مقنعًا تمامًا. فالتحليل النفسي قائم على فكرة اللاوعي المكبوت، مما يقوض فكرة أن الناس قد «يعترفون» ببساطة بالمثيرات السرية لرغباتهم. لكنني أود التركيز هنا على نقطة إشكالية بنفس القدر لأن فوكو لا يركز عليها، تتعلق بالطرق المتغيرة التي تحدث من خلالها الاعترافات المعاصرة -أو العلاج بالأحرى- في العلن. أقصد هنا انتشار الاعتراف العلاجي في وسائل الإعلام، وكذلك الإنترنت والتقنيات الرقمية ذات الصلة. ربما لو استطاع فوكو الأخذ في الحسبان دور تقنيات التواصل الجديدة في تشكيل وتغيير الذات، لرأى كيف تنشئ ثقافة الاعتراف علاقات جديدة مخصخصة، تبدو فيها إعادة اختراع الذات والعلاقات الاجتماعية الأوسع إنجازًا ثقافيًا ماهرًا، على النقيض من حديثه، الذي يتسم أحيانًا بالقدَرية، حول كيفية تأثير عمل السلطة في ظروف غامضة خلسةً عن الأفراد.

---

(1) See: Elliott, A. (2020) *Concepts of the Self*. 4th Edition. Cambridge: Polity Press.

العلاج النفسي، من وجهة نظري، نظامٌ لإعادة الاختراع يسعى نساء ورجال العصر من خلاله إلى إعادة تكوين الذات. وهو -أو على الأقل أشكاله المتأثرة بالتحليل النفسي والعلاجات النفسية- ليس مجرد وسيلة للحد من «الأمراض» و«الصدمات النفسية» أو التغلب عليها، رغم أن لغته تصاغ بهذه الطريقة. فالعلاج النفسي يسعى، بوصفه تعبيرًا عن الرغبة بإعادة الاختراع، إلى تعزيز «إعادة تصميم» الذات كوسيلة لتحقيق شعور بمزيد من الاستقلالية. ولا يعني ذلك أن المشاركين في المساعي العلاجية ينجحون بالضرورة في تحقيق فهم أفضل لذواتهم؛ فالعلاج النفسي، كما وثقت دراسات عديدة، يمكن أن يولد الاعتماد في بعض الأحيان، وفي حالات قصوى قد يتحول إلى شكل من أشكال الإدمان. تبقى الفكرة العامة مع ذلك أن أهداف العلاج النفسي تصب في إعادة اختراع الذات، وبالتالي يجب تقييمه كجزء من تقنية أوسع لإعادة الاختراع.

لعل من أكثر النواحي الملفتة لتطور العلاج النفسي في القرن الحادي والعشرين بوصفه تقنية لإعادة الاختراع، هو التسارع الفائق في زمن التنفيذ. خذ مثلًا فيينا زمن فرويد، حيث كان المقبلون على علاج التحليل النفسي يلتزمون في الواقع ببرنامج لاستكتشاف الذات قد يستمر ما بين ثلاث إلى خمس سنوات. علاوة على أن مهمة العلاج البطيئة والشاقة عاطفيًا تتم بشكل شبه يومي، ما بين ثلاثة إلى أربعة أيام أسبوعيًا لمدة ساعة تقريبًا للجلسة. على

النقيض من ذلك، تركز أشكال العلاج النفسي المعاصر على التنفيذ السريع. العلاج النفسي السريع، كما سلف في بداية هذا الفصل، أصبح صرعة رائجة، يقدَّم اليوم أسرع من أي وقت مضى، بطرق تتنوع ما بين التدريب على مهارات الحياة، والاستشارات الهاتفية والاستشارات الرقمية وجلسات الاستشارة السريعة. وذلك مع وعدٍ بإعادة اختراع فورية للذات، صادمة على نحو خاص. في مجتمعنا السائر بالسرعة القصوى صار الوقت مضغوطًا إلى أبعد حد، وإلى ذلك يعود انتشار العلاج السريع.

إلى جانب هذا التسارع في زمن تقديم العلاج، تميزت الفترة المعاصرة أيضًا بانتشار العلاجات إلى عدد متزايد من قطاعات الثقافة الشعبية والحياة اليومية. لقد تجاوزت الروح العلاجية غرفة الاستشارة لتدخل كل جانب من الحياة اليومية، نتيجة التطورات في التكنولوجيا الرقمية وظهور وسائل التواصل الاجتماعي. في إطار الترويج لأشكال جديدة من العلاج كجزء من نظام أوسع لإعادة الاختراع غير المباشرة، يمكن رؤية تأثير العلاج بالكلام على مستوى الراديو التفاعلي والبرامج الحوارية التلفزيونية والحوارات عبر الإنترنت. يعاد تنظيم جوانب من الثقافة الشعبية عن طريق العلاج، ويكون فيها واجب الاعتراف أهم مواضيعها (بالطريقة التي حللها فوكو تقريبًا).

كتبت سوزان سونتاغ: «نحن في مجتمع صارت فيه أسرار الحياة الشخصية، التي كنتَ في السابق ستبذل أي شيء لإخفائها، شيئًا

تجهد لإيصاله إلى أي برنامج تلفزيوني ليكشفها»[1]. من الأسباب التي جعلت من الاستعراض العام للعواطف تجربة مثيرة بنظر عدد متزايد من النساء والرجال هو أن العلاجات أصبحت عالمية، تتيح الوصول إلى جماهير جديدة في مواقع بعيدة. تقترح عالمة النظرية الإعلامية الأميركية ميمي وايت أن الثقافة الشعبية المعاصرة أضفت تغييرًا جديدًا على الاعتراف العلاجي، بتحويل وجهة الحديث الاعترافي بعيدًا عن الخبير الفردي (المعالج) نحو مجموعة من الجماهير المحتملة، تشمل المستمعين والمشاهدين والمضيفين والخبراء وغيرهم. «في قلب الثقافة العلاجية الجديدة» تقول وايت، «الجميع يعترف مرارًا وتكرارًا أمام الجميع»[2]. العلاج النفسي هو واحد من النماذج التي تعززها ثقافة الاعتراف المعولمة. من برامج العلاج بـ12 خطوة، والاستشارات الشخصية وخبراء استعادة الذاكرة وبرامج السيطرة على الإدمان، العلاج الجشطالتي[3] والعلاج السلوكي، العلاج عبر الهاتف وعبر الإنترنت، استشارة النظراء، والمحللون عبر الإنترنت؛ قائمة العلاجات اليوم تطول باستمرار، وتنتج هجائن وتقنيات ونماذج جديدة للاعتراف العلني.

(1) Sontag, Susan (2004) «What Have We Done?», *The Guardian*, 24 May, G2, p. 3.

(2) White, Mimi (1992) *Tele-Advising: Therapeutic Discourse in American Television*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

(3) Gestalt Therapy: منهج علاج نفسي يستبعد الجانب التاريخي للفرد (الماضي) ويركز على اللحظة الحالية، هدفه تحريك المريض نحو الاعتماد على الذات والنمو والنضج وتكامل الشخصية وإعادة توحيد ودمج الأجزاء المنفصلة من الشخصية.

إذا كان العيش في ثقافة علاجية غير مباشرة يوفر إمكانيات جديدة لإعادة تصميم الذات، ستظهر بالمقابل متاعب جديدة أيضًا. العديد من منتقدي ثقافة العلاج محقون، في جزء ما على الأقل، في صرفهم النظر عن بعض مظاهر التوجه الاعترافي في الحياة العامة بوصفه غير سياسي أو ذي أهمية. يمكن القول إن انتشار عقليّة الاعتراف ساهم، على الأقل بالنسبة إلى بعض الأفراد، في الانسحاب من المشكلات الاجتماعية نحو نطاق الذات. تقترح إيفا موسكويتز في كتابها «In Therapy We Trust»[1] أن ثقافة العلاج «تركز أنظارنا على الحياة الخاصة وتعمينا عن الصالح العام الأشمل». وجهة نظر موسكويتز ملفتة لكنها بحاجة إلى تعديل كي تستوعب على نحو كافٍ تقاطعات العلاجات مع مجتمع إعادة الاختراع. من المؤكد أن ثقافة الاعتراف يمكن أن تفضي إلى تضييق فنون الحياة السياسية العامة، لكن ليس بالضرورة. فقد يكون الاعتراف العلني بالمشاعر الخاصة في الواقع ذا تأثير معاكس، جاعلًا الذات مفتوحة على عالم يزداد تواصلًا، وبالتالي يعزز إعادة اختراع الذات.

إغراءات تطوير الذات

في أيامنا هذه، حين لا نرمى بوابل من الإعلانات والعروض الترويجية لإعادة اختراع الذات، يقال لنا إن الذات موقع للتحسين

(1) Moskowitz, Eva S. (2001) *In Therapy We Trust*. Baltimore, MD: Johns Hopkins University Press.

غير المحدود. تبرز العلوم النفسية مجددًا في هذا التركيز الثقافي على فنون تحسين الذات، إذ أصبح للتحليل النفسي والعلاج النفسي وأشكال استكشاف الذات المرتبطة بهما وجود طاغٍ في التخطيط المعاصر لعلاقتنا بذواتنا. لكن، في عصرٍ أهمل معرفة الخبراء، أوكِل دورُ المعالج في المعظم إلى العملاء الحقيقيين لتحسين وإعادة اختراع الذات. في هذه النقلة من الخبير (المعالج) إلى العميل (المريض)، نجد المنطق التجاري المعروف بـ«اصنع بنفسك». ادخل صناعة تحسين الذات، شاملة كل شيء ابتداء ببرامج التعافي بـ12 خطوة وحتى التدريب على مهارات الحياة، وغيرها من التقنيات المذهلة لـ«تطوير الذات».

من ناحية، يمثل نمو مجال تطوير الذات البحث المعاصر عن التوازن بين الهوية الذاتية الآمنة من جهة وإعادة الاختراع التجريبية من جهة أخرى. إن من سمات الرأسمالية العالمية أن تقدِّم مفاهيم التطور والتقدم والمستقبل بوصفها شبه رديف للانفصال التام عن الماضي، فلا يبدو للأنماط السائدة في العادات والتقاليد والروتين قيمة في تأمل مخاطر الغد وتحدياته الجديدة، ناهيك بما بعد الغد. لكن العصر الحديث عوضًا عن ذلك يقدم الاختيار، وبشكل غير مسبوق. نحن نقدّر الاختيار لأنه يعزز الازدهار الذاتي والحرية، ونؤمن أننا أفراد أحرار قادرون على الاختيار بشكل مستقل من بين مجموعة غير محدودة من المنتجات والخدمات الممكنة. المفارقة تكمن في أن هذا التنوع المعقد للخيارات، في عالم لا خيار فيه سوى

الاختيار، ينزل بالفرد عبئًا ثقيلًا. وهذا التناقض الثقافي بالذات هو النقطة التي ينطلق منها تطوير الذات.

أدب تطوير الذات، الذي ساعدت شعبيته المتفاقمة في دعم صناعة النشر المتعثرة في جوانب أخرى، يؤدي عددًا من وظائف إعادة الاختراع. إنه أولًا إعادة اختراع كلية لنمط الحياة، يهمل الماضي عمومًا، حتى عندما ينادي بأهميته، ويهيم بأفق الاحتمالات المستقبلية. كل ما مضى، من التنشئة العائلية وتجارب الطفولة والعلاقات الحميمية المهمة والأطر المعرفية المرجعية الثابتة، يتحول إلى «مستقبل مفتوح». بهذا المعنى يضمن أدب تطوير الذات قابلية تغير الأشخاص والأشياء. إنه ينادي، بصورة عامة، بإمكانية خلع الهويات أو إعادة تصميمها وتجربة هويات أخرى لاختبار مقاسها ثم تأديتها بإسراف في طول مسارح الحياة الاجتماعية وعرضها، إلى أن يحين الوقت الذي تتطلب فيه هوية الذات مزيدًا من التعديل. في خضم عالم يتميز بتغيير عولمي مستمر، يواسي أدب تطوير الذات الناس ويطمئنهم بتوفر إمكانية لحيوات وأنماط حياة بديلة.

أدب تطوير الذات، رغم طابعه التجاري الفج، مرتبط بإعادة الاختراع من ناحية أكثر إستراتيجية أيضًا. فكما تعِد كتب تطوير الذات بـ«الذات الجديدة» المعاد اختراعها، فإنها تقدم أدوات متنوعة لإعادة الاختراع من أجل التهيؤ لتحقيق نمط الحياة المرغوب. هذا ما يسميه عالم الاجتماع البريطاني أنثوني غيدنز «التخطيط

الإستراتيجي للحياة»، أو «تقويم خطة الحياة»[1]. يركز التخطيط الإستراتيجي للحياة على الالتزام بحيل تنظيم معينة بهدف تحقيق التغيير الحياتي المنشود لدى الفرد، ويقترح غيدنز أن أدب تطوير الذات يؤكد على أهمية الاستعداد للمستقبل في عالم يزداد تجاوزًا للتقليدي. من حيل التنظيم، أو أدوات إعادة الاختراع التي يقدمها أدب تطوير الذات، مثلًا، برامج الكتابة الذاتية، أي كتابة اليوميات أو المذكرات، وخمس خطوات سهلة ليتولى المرء مسؤولية حياته. فكرة مسؤولية الفرد عن بناء وإعادة بناء تقويمات خطة حياته، وضرورة أن ينهمك الناس باستمرار في صنع هوياتهم، موضوع منتشر في أدب تطوير الذات. فهو من وجهة النظر هذه مشروعٌ هدفه إعادة الاختراع في الأساس.

لكن السرعة، ربما أكثر من أي شيء آخر، هي الأهم في نقاشات تطوير الذات اليوم. إننا نعيش، بصياغة ميلان كونديرا العبقرية، في ثقافة «السرعة النقية»[2]، التي تتكاثر فيها خطوط الحركة بين شخص وشخص وبين مؤسسة ومؤسسة وتزداد كثافة. ويتضح ذلك جيدًا بالنظر إلى كتب تطوير الذات الموجودة في السوق حاليًا، إذ يؤكد العنوان تلو الآخر على أن بنية حياتنا الزمانية والمكانية مدفوعة بضغوط السرعة الخالصة. جسدٌ في 4 ساعات، 34 طريقة فورية للقضاء على القلق، ثقة فورية بالنفس، الطريق السريع إلى

---

(1) Giddens, A (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

(2) Kundera, M. (1995) *Slowness*. New York: HarperCollins.

السعادة؛ هذه ليست سوى بضعة عناوين للكتب المتوفرة حاليًا للنساء والرجال الذين يسعون إلى إعادة تشكيل حياتهم الشخصية وهيكلتها وبنائها. لكن الحياة المهنية هي الأخرى مرشح مثالي لقائمة من أشكال التغيير الفوري المستمر. التفكير السريع، مفاوضٌ في ساعة واحدة، أدوات لتسريع المسار الوظيفي في 30 دقيقة، المسار السريع نحو القمة، مكان العمل المشتت؛ العاملون في كل أنحاء العالم منشغلون بإعادة تشكيل وتنظيم حياتهم المهنية وفقًا لنموذج السرعة النقية، الذي يشجع الأسرع والأعجل والأخف وزنًا.

في هذا التصور الثقافي الناشئ المصمم للقرن الحادي والعشرين، تتحول المهنية إلى أداء واستعراض وعلاقات عامة. والشعار الذي يردد دومًا يقول: مثلما لا توجد حدود لذات الفرد، كذلك فلا يوجد حدود طبيعية لدفع السرعة في حياة الفرد الشخصية والمهنية.

ثقافة الشهرة: إعادة الاختراع هاجسًا عامًا

للشهرة جاذبية فاتنة، ورتابة مضجرة في آن واحد؛ إنها تحررية بجنون، وانضباطية حدّ الإحباط. ثقافة الشهرة تخترع الجديد والمعاصر والأحدث، كما أنها تعيد تدوير الماضي. المشاهير مهددون دائمًا بالبطلان، أو بالتقادم. اليوم بيونسيه محط الأنظار، قبلها كان جستن بيبر، وقبل ذلك ليدي غاغا. المشاهير مغالون إلى أقصى الحدود في هذا الصدد: ففي عالم يعج بالصور والمعلومات، يستثمر المشاهير الجِدّة المجردة لتجاوز شهرة الآخرين الذين ينافسونهم على

الاشتهار. تمثل الشهرة إلى حد كبير قوة دافعة أساسية لتيار مجتمع إعادة الاختراع. في ثقافة عصرنا التي يصيّر فيها أسلوب الحياة وإستراتيجياتها أكثر خفة وليونة وقابلية للتكيف، هل من المستغرب أن يُعبد المشاهير كرموز لإعادة الاختراع؟

تنشأ قناة الشهرة، من منظور علم الاجتماع، من التغييرات المؤسسية الضخمة في الغرب، التي تتضمن النقلة الشاملة من الإنتاج الصناعي إلى الاقتصاد ما بعد الصناعي الموجه نحو قطاعات التمويل والخدمات والتقنية الفائقة والاتصالات. وبينما يصبح الاقتصاد ثقافيًا بشكل غير مسبوق، ويزداد اعتمادًا على وسائل الإعلام والصورة والعلاقات العامة، تدخل الهوية الشخصية دائرة الضوء وتصبح قابلة للمراجعة. الاقتصاد الجديد، الذي تشتد فيه عولمة وسائل الإعلام، يحتفي بالثقافة التقنية وبأثر التقنيات الجديدة في إعادة تشكيل نظام الأشياء. ينعكس ذلك في الهوس الثقافي الحالي بإعادة صنع الذات وتطويرها، وبشكل خاص، في الاهتمام الذي تغدقه الثقافة الشعبية على المشاهير. فالتدقيق الإعلامي المستمر في حياة المشاهير الشخصية -خاصة في ما يتعلق بأجسامهم من الشكل والحجم وأنظمة التمرين والإدمان والتعافي والعلاجات والتحسينات التجميلية والتعديلات الجراحية- صار واسع الانتشار، من مجلات الشائعات والباباراتزي[1] حتى الأخبار الترفيهية واليوتيوب.

---

(1) Paparazzi: كلمة من أصل إيطالي تطلق على المصورين المتطفلين الذين يلتقطون صورًا للمشاهير في أثناء حياتهم اليومية، ويبيعونها لجهات إعلامية تركز على الشائعات وإثارة الجدل.

على أي حال، فإن تجديد المشاهير لإعادة الاختراع اليوم يحدث على نطاق بعيد تمامًا عن مفاهيم الشهرة بالأمس. يذكر المؤرخ ليو برودي في دراسته الرائدة «جنون الشهرة»[1]، أن عصر هوليوود واختراعها لنجوم السينما اللامعين أدى إلى إضفاء الطابع الشخصي على الشهرة، إذ كان الاشتهار ينشأ عن عوامل مثل التفرد الشخصي والأصالة الفنية أو الإبداع الفردي. كانت الشهرة، بمعنى ما، مرتبطة بالعبقرية؛ من مواهب لورنس أوليفييه الدرامية إلى روعة باليه رودولف نورييف، ومن دهاء غروتشو ماركس الكوميدي إلى براعة جون لينون في موسيقى البوب، كانت الشهرة في المقام الأول تعني القيمة والفن والابتكار والتقاليد. لكن هذا المفهوم للشهرة تراجع اليوم إلى حد كبير. فبفضل التقدم التكنولوجي وانتشار الثقافة الرقمية، انتقل نطاق الاشتهار من تعريفات الشهرة المستوحاة من هوليوود إلى أشكال الشهرة المدفوعة بالوسائط المتعددة. واشتمل ذلك على تغيير كبير في التعريفات الضيقة والنخبوية للاشتهار نحو مفاهيم أكثر انفتاحًا وشمولية. إنها في الواقع نقلة من فيلم هوليوود الرائج إلى تلفزيون الواقع، من النجومية مدى الحياة إلى 15 دقيقة من الشهرة، ومن موسيقى البوب إلى أيقونات البوب.

تماشى هذا التحول الديمقراطي في الاشتهار مع صعود ثقافة الشهرة المرتبطة بقوة بإعادة الاختراع. تزداد الشهرة اليوم اعتمادًا على قدرة المشاهير على خلق مسافة -مهما تضاءلت- تبعدهم عما

(1) Braudy, Leo (1997) *The Frenzy of Renown*. New York: Vintage Books.

أوصلهم إلى انتباه الجمهور في الأصل، وبالتالي فتح مساحة إعلامية يمكن من خلالها إبراز شهرتهم بطرق جديدة ومبتكرة. بمعنى ما، يمكن وصف الشهرة على أنها نجومية مفرغة من المحتوى أو الفن. ويمكن القول إننا على مسافة بعيدة من عالم الشهرة كما حلله برودي. ما يثير الدهشة ليس فقط تغيير المشاهير هوياتهم وإعادتهم ابتكارها اليوم، ولكن كم منهم يعتنقون ثقافة الزيف ويحتفون بها بالفعل. إذا كانت الأصالة والمصداقية سمات مميزة للمفاهيم التقليدية للشهرة، فإن المحاكاة الساخرة، والتقليد، وقبل كل شيء، التحولات المفاجئة في هوية النجم هي المؤشرات الرئيسية للشهرة المعاصرة.

من المهم التأكيد على أن كل هذا يحدث في إطار ثقافة ترفيهية عالمية. وترتبط الشروط والتبعات المؤسسية للعولمة ارتباطًا مباشرًا بالمنطق الثقافي للشهرة. لا شك أن الشهرة أصبحت عالمية على نحو غير مسبوق، وفي عصرنا المشبع بالتكنولوجيا الفائقة ووسائل التواصل الاجتماعي، تبدو الأبعاد العالمية للشهرة في أوضح صورها خلال الأزمات الثقافية أو التوتر المجتمعي. الموت، ولاسيما موت المشاهير، أفضل مثال على ذلك. يمكن القول إن التلازم بين وفاة المشاهير وثقافة العولمة ترسخ مع جنازة الليدي ديانا سبنسر أميرة ويلز، أواخر عام 1997. لقد شاهد أكثر من 2.5 مليار شخص مراسم الجنازة التي بثت من كنيسة وستمنستر، ونقلت بأكثر من 50 لغة في جميع أنحاء العالم. ولكن إذا كانت جنازة الأميرة ديانا

تمثل مزيجًا مثيرًا من الشهرة والموت والعولمة، فقد تدخلت ثقافة إعادة الاختراع منذ ذلك الحين بقوة لرفع أهمية صناعة الحداد. إننا نشهد اليوم، في العقود الأولى من القرن الحادي والعشرين، الحداد العالمي على المتوفين من المشاهير، والتسارع اللامتناهي للمعلومات الجديدة والتقنيات الرقمية التي تقدم للأفراد طرقًا لإعادة ابتكار حياتهم من خلال التماهي مع الشهرة ومحنها. من وفاة لاعب لوس أنجلوس ليكرز السابق كوبي براينت إلى ما بدا أنه انتحار الشيف الشهير أنتوني بوردين، ومن وفاة مغني البوب جورج مايكل لوفاة مغنية السول البريطانية إيمي واينهاوس بسبب المخدرات؛ وفاة المشاهير «تعرض» في كل مكان. وفي إطار ثقافة عازمة على إعادة الاختراع، تعد وفيات المشاهير مادة مفيدة في صناعة الترفيه العالمية، خاصة في بيع وتقديم وإعادة تقديم المشاهير وابتكاراتهم التي لا تنتهي.

ما هي بالضبط الروابط بين ثقافة الشهرة والعولمة؟ أولًا، أصبحت ثقافة الشهرة على ارتباط وثيق بتكتلات الشركات عابرة الحدود. وبفضل التدفق العالمي الواسع للمعلومات والصور والهويات اليوم، أصبحت رموز الثقافة الشعبية وفيرة. ماكدونالدز، كوكاكولا، نوكيا، آبل، غوتشي، نايكي -هذه مجرد حفنة من الشركات عابرة الحدود التي تقدم منتجات وعلامات تجارية عالمية، يعاد من خلالها صنع وتشكيل هويات الناس في سياق نزعة استهلاكية مكثفة، مدفوعة بثقافة الشهرة. أولت دراسات علم الاجتماع اهتمامًا بالغًا

لصعود وسائل الإعلام الرقمية العالمية، من ناحية التوسع الهائل في انتشار المعلومات والإعلان عن السلع الاستهلاكية وغيرها من المنتجات الثقافية الأخرى. في هذه الدراسات المتنوعة، تعد هويات الأشخاص وتجربتهم للحياة اليومية متأثرة بشكل لا يمحى بظهور شبكات التواصل العالمية وتقنيات المعلومات الجديدة. من وجهة النظر هذه يبدو حجم وكثافة وسرعة التواصل الجماهيري وتكنولوجيا الإعلام سمة غير مسبوقة للمجتمع العالمي. فمن الناحية التاريخية، كان الناس يعيشون حياتهم اليومية عمومًا في شبكة من الثقافات المحلية، المكونة من روتين محدد وتفاعلات محلية منظمة على طول الخطوط الوطنية والإقليمية. أما في عصر ما يسمى الثقافة الجماهيرية العالمية، يتشظى هذا الثبات الثقافي تمامًا، وكلما توسع الانتشار العالمي لشبكات التواصل والشبكات الرقمية، أصبحت أنماط الحياة الثقافية أكثر كثافة وتعقيدًا، بما في ذلك إنتاج الشهرة ونموها.

في العقود القليلة الماضية، حدثت تحولات كبرى في الصناعات الإعلامية، كلها أساسية لإنتاج الشهرة ونموها وتغييرها. انتشار البنى التحتية للاتصالات -الراديو والتلفزيون والإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي والأقمار الصناعية والتقنيات الرقمية- جعل الاتصال الفوري في جميع أنحاء العالم حقيقة يومية بالنسبة إلى الكثيرين. ترجع هذه التطورات في الاتصالات إلى أوائل السبعينيات، عندما وضعت أول أقمار صناعية للاتصالات اللاسلكية في مدارات

متزامنة مع الأرض، مما سمح بظهور اتصال إلكتروني شبه فوري بين الأفراد والمؤسسات والمجتمعات والثقافات. وقد أحدثت هذه التقنيات، وغيرها من التقنيات الجديدة ذات الصلة بدورها، نقلة بعيدًا عن الضوابط الوطنية على المعلومات الإعلامية، نحو سوق عالمية تخترق فيها المعلومات الحدود الجغرافية السياسية وتتجاوزها. من اللافت للنظر أيضًا في عولمة وسائل الإعلام اليوم أنها مدفوعة بمصالح الشركات إلى حد كبير، ويشمل منتجو وموزعو وسائل الإعلام العالمية المعاصرة حوالي عشرين شركة متعددة الجنسيات، منها Time Warner و Rupert Murdoch's News International.

لكن هذا لا يعني أن الشهرة ما هي ببساطة إلا نتاج للرأسمالية العالمية. على العكس من ذلك فقد سعى العديد من النقاد إلى وضع ثقافات الشهرة والمشاهير في تعارض مباشر مع ما يعدونه قوى الرأسمالية المتقدمة المدمرة. خذ مثلًا الثقافة المضادة في الستينيات كأفضل مثال من الموسيقى الشعبية. التعارض بين الفن والتجارة سمة مميزة لمكانة موسيقى البوب الأسطورية، التي تتخللها بالكامل أيديولوجية رومانسية، وإيمان بإمكانية الفن الأصيل. فرقة البيتلز، والرولنغ ستونز، وديلان، وذا دورز لم يكونوا مجرد مؤدين، بل كانوا فنانين. جيم موريسون غنى «اقتحم الجانب الآخر»، وهو أمر استعملته حركة الشباب الواعي للتشكيك في الحقائق المألوفة حول التجارة ولفضح المؤسسة الرأسمالية. في هذا المشهد الرومانسي المؤثر، كان نجوم البوب هم المتمردون، هم أبطال وبطلات ثقافة

متدهورة ومهينة؛ آخر من تبقى من أبطال الخيال والرغبة والعاطفة والحدس. تؤكد وجهة النظر هذه على الاستقلال النسبي للشهرة في السياق الأوسع للقوى الاقتصادية والاجتماعية والسياسية. فنجوم البوب، من وجهة النظر هذه، لا يقفون ساكنين في السماء[1]. يمكّننا هذا النهج، في أفضل حالاته، من تحليل أساطير ثقافة البوب الأساسية -الجنس والمخدرات وموسيقى الروك- من خلال المعايير المعقدة للفن والموهبة والتمرد والرغبة والخيال والذاكرة والفقدان.

لكن من وجهة نظر ثقافات وسائل التواصل الاجتماعي ومجتمعات الشبكات في القرن الحادي والعشرين، تبدو فكرة الشهرة بوصفها مجالًا يتمتع باستقلال نسبي عن التسليع الرأسمالي، قديمة بشكل واضح. كم تبدو الآن غريبة، بل أسطورية، أحلام الثقافة المضادة. ربما اقتحم الموسيقيون الجانب الآخر، لكن يبدو أن الرأسمالية كانت موجودة بالفعل هناك بانتظارهم. وقد توثقت العلاقة بين الموسيقى والمال اليوم أضعافًا. يصعب تحديد متى بدأ كل ذلك. بالتأكيد، منذ أواخر التسعينيات، رعى تومي هيلفيغر جولات موسيقية لكبار الفنانين -ذا ستونز، جول، ليني كرافيتز. وبدأ كالفن كلاين يبيع بناطيل الجينز باستخدام نجوم البوب عوضًا عن عارضات الأزياء. وباع جورجيو أرماني العطور من

(1) Kelly, Karen and McDonnell, Evelyn (1998) *Stars Don't Stand Still in the Sky: Music and Myth*. New York: NYU Press.

خلال الانتشار العالمي لصور النجوم مثل كيت بلانشيت ونيكول كيدمان. ارتبط تسويق موسيقى البوب بتسويق السلع المنزلية، من جولة U2's PopMart إلى PC Music. وعلى مستوى المحاكاة الذاتية الساخرة، نشرت Arcade Fire مراجعات مزيفة لموسيقاها، مما يؤكد على تجاوزات عصر المعلومات والترفيه العالمي. الشهرة، تمامًا مثل أي شيء آخر على ما يبدو، تسوَّق وتصنع وتروج.

لكن لا بد من الإشارة إلى أن عولمة الشهرة مزدوجة المفعول، تؤثر «خارجيًا» (من خلال المؤسسات والعمليات المنظمة لنشر المواد الإعلامية) و«داخليًا» (من خلال عمليات تكوين الذات وإعادة تشكيل الأشخاص). لا تتعلق الشهرة بالتكتلات الإعلامية وعمليات الانتشار الثقافي والمؤسسات الاجتماعية فحسب، بل تتعلق بحياتنا أيضًا، خصوصًا حياتنا في هذه الأوقات. ولكن كيف تتغلغل ثقافة الشهرة في اليوميّ، وكيف تخترق جوهر الذات والثقافة والنزعة الاستهلاكية؟ إحدى الإجابات الشائعة، في كل من الوسط الأكاديمي والنقاش العام الأوسع، أن الهوس الثقافي بالشهرة نتاج مباشر لتوسع وسائل الإعلام والحياة اليومية في العصر الرقمي. في ثقافة ترفيهية تتميز بالترويج المُصنَّع والمستجدات المخطط لها، يعرض المشاهير صورة للحياة خارج الروتين اليومي، وبالتالي فهي صورة تتجاوز الحدود بشكل مغرٍ. أنت ما تشاهده؛ لطالما كان هذا صحيحًا بالنسبة إلى ثقافة وسائل الإعلام، وفي عالم التكنولوجيا الفائقة المعولم، يكون ذلك مضاعف الصحة. إن الثقافة الإعلامية،

بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، تبني العالم أو تشكله، وتتبعه وتفضحه وتعبئه، فتولد الجوع الشعبي للشهرة وتنشر فتات المعلومات عن المشاهير في آن واحد.

تزدهر إعادة الاختراع في هذا السياق. إذا كانت النجومية تدور حول تنمية الموهبة والفن والأصالة، فإن الشهرة تعتنق بدلاً من ذلك الزيف والاستعراض والسخرية والتقليد. ما يمد مهنة المشاهير بالحياة اليوم هو التغيير والانفصال والصدمة والتحول. في عالم لديه وقت أقل فأقل للالتزامات طويلة الأجل والعلاقات الدائمة، أصبح التجديد المستمر جزءًا معياريًا من مجال الشهرة. في الواقع، أصبحت طريقة إعادة المشاهير اختراع حياتهم الخاصة اليوم هاجسًا عامًا. ما بين التقارير الإعلامية عن إفراط ديمي مور في الشرب، والشائعات حول آخر حمية سريعة تتبعها ريانا؛ يرتبط استقرار نظام المجلات مثل OK وPeople بالتحولات في الحياة الخاصة للشخصيات المعروفة.

ربما يكون الحديث عن التغير السريع في نطاق الشهرة حديثًا متعجلًا. على العموم، قد تبدو الشهرة خفيفة وسائلة عندما نفكر في X Factor أو Pop Idol، لكن مثل هذا الزوال لا ينطبق على روبرت دي نيرو أو فرقة رولينغ ستونز. وبالتالي قد يكون من الخطأ الاعتقاد بأن النجومية الطويلة قد طغت عليها تمامًا الشهرة المؤقتة، حتى لو حققت الأخيرة في عصر مجتمع إعادة الاختراع نجاحات لا يمكن إنكارها. لكن قد تكون هذه الازدواجية

مضللة. ربما، مثل معظم أشكال الثقافة الشعبية، تتشابك قوى وحدود إعادة الاختراع مع إنتاج وتسويق المشاهير بمعنى أعمق أيضًا. لنأخذ على سبيل المثال، أوبرا وينفري، التي تقاعدت عام 2011 من التلفزيون النهاري الأميركي بعد 25 عامًا في العمل في المجال، ولا يمكن وصفها بأنها عابرة الشهرة. كانت وينفري زعيمة برامج «غير حياتك» التلفزيونية، ولاقى رحيلها عن دائرة الشهرة حزنًا عالميًا بوصفه مغادرة شخص فريد وموهوب. هكذا كان تقاعدها بالتأكيد، ولكنه كان أيضًا -وربما بشكل مثير للاهتمام بنفس القدر- نظرة ثاقبة رائعة على قيم ثقافتنا في هذه العقود الأولى من القرن الحادي والعشرين.

كتب الروائي إيان ماك إيوان أن برامج الاعترافات النهارية المتلفزة هي «المواد الإباحية للديمقراطيين»[1]، ولا شك في أن أوبرا وينفري أخذت بهذا الفن إلى مستوى آخر. تحدثت كاثرين لوفتون الأكاديمية بجامعة ييل، في كتابها «أوبرا: إنجيل أيقونة»[2]، عن «الإباحية الاعترافية» في أوبرا، البرنامج الحواري النهاري الذي يعرض فيه الناس طواعية تحولاتهم الشخصية أمام ملايين المشاهدين، ويتبنون من خلاله هويات جديدة. أجد أن منطقة التغيير أو إعادة الاختراع تدلنا على أهمية العلامة التجارية «أوبرا وينفري». تقدر ثروة أوبرا، وهي واحدة من أغنى نساء أميركا،

(1) McEwan, Ian (1987) *The Child in Time*. New York: Random House.

(2) Lofton, Kathryn (2011) *Oprah: The Gospel of an Icon*. Berkeley: University of California Press.

بأكثر من 1.5 مليار دولار. قصة حياة وينفري -الفتاة العصامية التي اعتلت مسرح الإعلام العالمي- هي قصة تبناها جمهورها بحماس كشكل من أشكال الهروب من القلق حول الانحباس في أرض العدم. رسالة وينفري الأساسية القائلة: «يمكنك إعادة ابتكار نفسك كيفما تختار»، هي نغمٌ في آذان نساء ورجال العصر الذين يسعون إلى تبني الشعار العلاجي لإعادة الاختراع المرنة.

باختصار، تتلاءم علامة وينفري التجارية مع سعي عصرنا إلى إعادة الاختراع بلا نهاية، والتغيير المستمر، والسرعة الفائقة، ونزعة الوقتيّة. عالج برنامج أوبرا الذي يتناول ثيمة «غير حياتك» هذا الأمر على نحو سلس، ومن الواضح أن هذا هو أحد الأسباب التي جعلت تقاعدها يولد درجة عالية من الاهتمام لدى وسائل الإعلام العالمية. ولكن الجدير بالذكر أن غيابها سيفتقد مؤقتًا فقط، لأن ثقافة إعادة الاختراع، التي يقدمها مشاهير الوعاظ الناصحين بالعلاجات الفورية، آخذة بالازدياد في كل مكان.

3

إعادة اختراع المهن

كتب مدرب المهارات الحياتية والمهنية داريل أندروز أن «إعادة اختراع نفسك لم تعد خيارًا في القرن الحادي والعشرين، بل هي ضرورة». ويصف أندروز، المعروف في الأوساط المهنية في الولايات المتحدة بـ«كوتش D»، المتطلبات المعيارية لإعادة اختراع المهن على النحو التالي:

«ليكون للناس قيمة بنظر الشركات والحكومات وغيرهم من أرباب العمل، عليهم أن يصيروا مفكرين مبدعين ومبتكرين، وأن يرفعوا مستوى مهاراتهم الحالية. من الواضح تمامًا لأي شخص يحلل تطورات العمالة، أن الطريقة الوحيدة للحفاظ على تنافسية الشخص في سوق العمل هي امتلاكه مهارة مهمة لصاحب العمل، وتطوير مهاراته باستمرار لجعل وظيفته ذات نفع»[1].

(1) Andrews, Darrell (2011) «The Key to 21st Century Career Success!».

المهنة والأمان، في العالم الجديد الشجاع الذي نشأ بعد أفول الوظائف الدائمة، متعارضان من حيث الهدف. لاحظ أن أندروز يكتب عن ضرورة «التطوير المستمر» للمهارات، الذي لا يشكل حتى عند تحقيقه ضمانًا للأمن الوظيفي، فقد انتهت «الضمانات» في مكان العمل إلى ما انتهى إليه مصير «الوظائف الدائمة». وبينما كانت كلمة مهنة تدل على الاستمرارية طويلة الأمد، صارت دلالتها الآن أقرب إلى إعادة توليف المهارات للتنقل بين الوظائف أو الأقسام أو الصناعات بحثًا عن أمن وظيفي مؤقت وقصير الأمد دائمًا. لذلك يقدم كوتش D التدابير المؤقتة، الدورية وسريعة الخطى، في برنامجه ذي الخطوات الست لإعادة اختراع مهن القرن الحادي والعشرين:

1. شارِك في برامج التدريب المصممة لتحديد وتفعيل مواهبك ومهاراتك وقدراتك المميزة.

2. حدد مدرب مهارات مهنية وحياتية يوجهك ويلهمك خلال عملية الانتقال المهني.

3. فكر في إكمال الدراسة -أو بدئها إن لم تفعل سابقًا- وتعلم حرفة جديدة.

4. استخدم أدوات الشبكات الاجتماعية مثل LinkedIn لإنشاء صلات مع فرص وشبكات وظيفية جديدة. في LinkedIn الآلاف من فرص التواصل الوظيفي والمهني المبتكرة، وهو مصدر مجاني.

5. حدد مواطن ارتباط شغفك بأسواق العمل النشطة، مثل الوظائف الصديقة للبيئة، والتكنولوجيا والرعاية الصحية.

6. كوّن شبكة من الأشخاص الذين يمكنهم مساعدتك في التقدم في حياتك المهنية. واطلب نصحهم في كثير من الأحيان.

إعادة اختراع المهن، مثلها مثل أي شيء آخر في عصر مجتمع إعادة الاختراع، تحبذ التغييرات الفورية والحلول السريعة والصلات الفورية.

يركز هذا الفصل على إعادة اختراع الذات المطلوبة من نساء ورجال العصر -بغض النظر عن سنهم أو مهاراتهم- للوظائف التي يبحثون عنها أو يحتاجون إليها أو يرغبون فيها، فيستكشف في القسم الأول السياقات الاجتماعية والاقتصادية الأوسع لإعادة اختراع المهن، من خلال توضيح سياق ظهور «اقتصاد المشاريع» الجديد الذي يتميز بجولات مستمرة من خفض العمالة والتعهيد الخارجي والأزمات المالية. أما القسم الثاني فينظر كيف يجري العاملون تغييرات مهنية في السياق المؤسسي لإعادة اختراع مكان العمل. وفي القسم الأخير أتناول التغيرات الحاصلة في إعادة اختراع المهن إثر جائحة كوفيد - 19 العالمية عام 2020.

العولمة واقتصاد المشاريع

عصرنا عصر الشركات عابرة الحدود، والتعهيد الخارجي للخدمات الإلكترونية على نطاق عالمي، والتوصيل الفوري، وأتمتة الوظائف، وحملات تسريح موظفي الشركات، والجولات المتعددة من خفض العمالة. أصبح مصطلح «العولمة» أشبه باختصار ثقافي

لهذه التغيرات الاجتماعية والاقتصادية المضطربة. ورغم أن الجدل حول العولمة صار واسع الانتشار في العلوم الاجتماعية، لكن المتفق عليه أن العولمة أدت إلى ظهور «اقتصاد جديد» انتقلت فيه قطاعات التمويل والاتصالات والخدمات إلى الصدارة في مدن الغرب البراقة والمترفة.

إن الأثر الذي أحدثته الشركات متعددة الجنسيات، القادرة على تصدير الإنتاج الصناعي إلى المناطق ذات الأجور المنخفضة حول العالم، وإعادة هيكلة الاستثمار في الغرب بعيدًا عن التصنيع وباتجاه قطاعات التمويل والخدمات والاتصالات، ولّد تغييرات كبيرة في طرق عيش الناس وتعاملهم مع العمل، وكذلك تحديدهم موقعهم في سوق التوظيف. وفي حين صار التوظيف أشد تعقيدًا مما كان عليه في فترات سابقة نتيجة لتسارع العولمة، فإن إحدى الحقائق الرئيسية التي تعيد تعريف الوضع المعاصر هي التراجع السريع في الوظائف الدائمة. وقد فسر بعض النقاد أفول الوظائف الدائمة أو المهن المستمرة ضمن مؤسسة واحدة، بأنه يؤذن بحلول «اقتصاد جديد»، مرن ومتنقل ومترابط. ويرى الممول العالمي والمحسن جورج سوروس[1] أن «المعاملات» تحل اليوم محل «العلاقات» في الاقتصاد المعاصر.

(1) Soros, George (1998) *The Crisis of Global Capitalism: Open Society Endangered.* London: Little, Brown.

أضحت الإشارة إلى «الاقتصاد الجديد» ظاهرة نمطية في النقاشات الأخيرة حول العولمة، وأود أن أوضح معناه هنا، ثم أقترح أن المصطلح الأفضل هو «اقتصاد المشاريع»، الذي له أهمية خاصة في فهم التوجه الواسع نحو إعادة اختراع الحياة المهنية. يدل الاقتصاد الجديد، حين يشير إليه الاقتصاديون وعلماء الاجتماع على وجه الخصوص، على ظهور تكنولوجيا الإنتاج المحوسبة في قطاعات الخدمات والتمويل والاتصالات عمومًا، وعلى انتشار التقنيات المعلوماتية الجديدة التي تشكل أساس الإنتاج والاستهلاك العالميين المتباعدين مكانيًا، وعلى الأساليب الجديدة لتنظيم العمل، التي تتمحور في المقام الأول حول ضرورات التكيف والمرونة.

أحدثت ملامح الاقتصاد الجديد هذه تغييرًا سريعًا في كل من الحياة العامة والخاصة، وربما أكثر ما يكون في مخاوف الناس بشأن قيمتهم المهنية، وفي تشظي الهوية الذاتية وتفكك الحياة الأسرية. والواقع أن في التحول من عقد العمل التقليدي (الأمن الوظيفي طويل الأمد، والترقيات المنتظمة، والأجور والمعاشات التقاعدية المرتبطة بالأقدمية) إلى صفقة العمل الجديدة (العقود المؤقتة، والتنقل بين الوظائف، وتسوق الخيارات، والمخاطرة العالية) يكمن نوع جديد من الاقتصاد. هذا ما سأسميه «اقتصاد المشاريع»، الذي ينتقل فيه العاملون من دنيا «الوظائف الدائمة» إلى دنيا «المهام المرتبطة بالمشاريع». روبرت رايخ، أستاذ السياسة العامة في جامعة كاليفورنيا، يصف بدقة مبادئ السوق الجديد للعمل القائم على

المشاريع: «إنه سوق مزاد فوري، ما يدفع لك يعادل قيمتك في ذلك الوقت بعينه».

لقد ذكرتُ أن للعولمة دورًا رئيسيًا في ظهور اقتصاد المشاريع الجديد، ومن الجدير النظر أكثر في كيفية تغلغل العولمة في الاقتصاد وإعادة هيكلتها العمالة والحياة المهنية. من الضروري فهم ماهية العولمة فهمًا سليمًا، بظروفها وعواقبها على حد سواء. غالبًا ما يُنظر إلى العولمة على أنه مصطلح شامل، وسيلة لتفسير كل شيء من الثورات التقنية الحديثة إلى الأزمة المالية العالمية وصولًا إلى جائحة كوفيد- 19. لكن من المهم التأكيد على أن العولمة ليست ظاهرة اقتصادية فحسب، بل هي ظاهرة اجتماعية وثقافية وسياسية أيضًا. من الواضح أنه لا يوجد تعريف واحدٌ وافٍ لها، لكن فيما يلي بعض أبرز تعريفاتها المستخدمة حاليًا في العلوم الاجتماعية والحياة العامة:

- تغريب العالم، أو أمركته.
- التداخل المتزايد بين الاقتصادات العابرة حدود الدول القومية.
- تمدد العلاقات الاجتماعية عبر الزمان والمكان.
- ظهور «عالم بلا حدود».
- هيمنة وسائل الاتصال العالمية التي تؤدي إلى «موت المسافة».
- تنامي حجم التدفقات عبر الوطنية وازدياد تأثيرها.
- انتشار الرأسمالية المتقدمة أو متعددة الجنسيات.

- انتشار الشبكات والابتكارات المؤسسية والتقنية عابرة الحدود المترابطة فيما بينها[1].

العولمة، ببساطة، تدل على اتساع نطاق التدفقات العابرة للقارات وأشكال التفاعل الاجتماعي، وتزايد حجمها وتسارعها وتأثيرها الجذري. وتشير إلى نقلة نوعية تنطوي على تمدد العلاقات الاجتماعية، وتجعل للقرارات أو الأحداث التي تجري في جزء من العالم تداعيات بالنسبة لأشخاص يعيشون في أجزاء أخرى منه. من أسواق العمل العالمية حتى الاحتباس الحراري العالمي، كلنا نعيش عواقب توسع نطاق مجالات النشاط الاجتماعي التي تربط المجتمعات البعيدة، ونطاق السلطة السياسية عبر مناطق وقارات العالم. ويشير هذا بالضرورة أيضًا إلى التكاثف السريع للترابط بين الشعوب والمؤسسات والدول القومية. ويعد العالم الشبكي لتكنولوجيا المعلومات السريعة والاتصالات الرقمية المثال الأكثر وضوحًا. لكن العولمة، على تنوع أشكالها، لا تؤذن بوصول المجتمع العالمي لحالٍ متناغم، فالعديد من مظاهر العولمة ينطوي على لا-مساواة شديدة، تستبعد أعدادًا هائلة من الناس من منافع الاقتصاد العالمي.

نطاق دنيانا صار عالميًا بالفعل، والعولمة تؤثر في كل شيء حتى نسيج المعيشة اليومية ذاته. ويوجد روابط مهمة بين نشاط

(1) See: Lemert, Charles, Elliott, Anthony, Hsu, Eric, and Chaffee, Daniel (eds.) (2010) *Globalization: A Reader*. London and New York: Routledge.

عمليات العولمة المكثفة من جهة، والتغيرات في الحياة اليومية من جهة أخرى. في هذا الصدد، يعد تأثير تقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية ذا أهمية خاصة في استيعاب ما هو الجديد حقًا بشأن العولمة. وقد أحسن المنظر السياسي الراحل ديفيد هيلد التعبير عن هذه النقطة:

«الجديد في النظام العالمي الحديث هو التكثيف المستمر لأنماط الترابط، بوساطة ظواهر مثل صناعة الاتصالات الحديثة وتكنولوجيا المعلومات الجديدة، وانتشار العولمة ضمن، ومن خلال، أبعاد الترابط الجديدة: «التكنولوجية والتنظيمية والإدارية والقانونية، وغيرها»، ولكل منها منطقها ونشاطها الخاص في التغير»[1].

الفكرة الأساسية هي أن العولمة أحدثت في العالم تحولًا هائلًا يتجاوز أي شيء شهدته الحضارة من قبل. إنه تحول في الحياة المؤسسية بلا شك، لكنه تحول في نسيج حياة الإنسان أيضًا، حياة العمل والمهن والوظائف خاصة. للعولمة تأثير مزدوج. إذ أن الاقتصاد الرقمي العالمي يغير العالم بدفعه نحو خصخصة الأنشطة الاقتصادية الاستراتيجية من خلال انتشار الشركات الخفيفة، التي تحل فيها البرمجيات المعلوماتية واقتصاد الخدمات محل هيمنة السلع المصنعة. ولكن مع إعادة الهيكلة هذه حصل تبدل ملفت في كيفية تعريف الناس لحياتهم وتفكيرهم بها، وكيفية تفاعلهم وتواصلهم

(1) Held, D. (1991) «Democracy, the Nation-State and the Global System», *Economy and Society*, Vol. 20, No. 2, pp. 138–172.

مع حياة الآخرين، وكذلك كيف يستجيبون للتغيرات في المتطلبات التنظيمية والحياة التجارية ويتكيفون معها.

يرى بعض الكتاب أن الوقت -على وجه التحديد، بعدٌ تجريبي جديد جذريًا للوقت- له أهمية كبرى في فهم هذه التحولات العالمية. كتب عالم الاجتماع الألماني هارتموت روز عن ظهور «التسارع الاجتماعي». العولمة أوجدت مجتمعًا فائق السرعة. وفقًا لهذا الرأي فقد ضعف الإيمان بمتانة العلاقات الاجتماعية والثقة في المؤسسات الاجتماعية والاقتصادية في الفترة منذ الحرب العالمية الثانية. هُمشت فكرة التجربة، التي تقتضي أن كل شيء وكل إنسان يتطور وينضج بمرور الوقت، واستبدلت بالتركيز على الحاضر. القوة المؤسسية الأهم التي تمسك بقياد هذه النقلة في فهم الوقت، هي العولمة. ثقافة العولمة، كما يقول عالم الاجتماع الأمريكي ريتشارد سينيت، هي ثقافة «وقتيّة» خطيرة[1]. ليس الأمر مقتصرًا على تسارع الحياة الاجتماعية الناتج عن التقدم التكنولوجي الذي أطلقته العولمة أو أن الناس غالبًا ما يكونون في عجلة شديدة من أمرهم لفعل الأشياء وعيش الحياة على أكمل وجه. بل إن نساء ورجال العصر باتوا يحسبون الآن أن الأشياء، بما فيها العلاقات الإنسانية، لا تدوم طويلًا. صار للعقلية الوقتية أسبقية على التخطيط على المدى الطويل، لا في السياسة وحدها بل في مكان العمل أيضًا. كتّاب مثل سينيت يرون

---

(1) Sennett, Richard (1998) *The Corrosion of Character: The Personal Consequences of Work in the New Capitalism*. New York: W.W. Norton & Company.

أن المرونة التي تطلبها الشركات متعددة الجنسيات من العاملين تظهر التأثير المدمر للعولمة، التي تعزز تصورًا سائدًا بأن من الممكن الاستغناء عن الأفراد، وحتى التخلص منهم في نهاية المطاف. على ضوء ظروف العولمة هذه يستشهد سينيت بإحصائيات تظهر أن متوسط خريجي الجامعات الأميركية اليوم يتوقع أن يشغلوا 12 منصبًا أو وظيفة خلال حياتهم؛ أضف إلى ذلك أنه سيُطلب منهم تغيير مهاراتهم الأساسية ثلاث مرات على الأقل. من وجهة النظر هذه، بُدّلت وظيفة الأمس الدائمة بالعمل بعقود مؤقتة اليوم. إذا أصبح خفض العمالة، والمرونة، وانعدام الأمن الوظيفي من مميزات عصرنا، كيف يمكن أن يؤثر ذلك في رؤية النساء والرجال لحياتهم العملية؟ كيف تؤثر هذه التغيرات الاقتصادية في شعور الناس بالهوية المهنية؟ وكيف يمكن السعي إلى بناء مستقبل مهني ناجح على المدى الطويل في عالم مكرس لما هو مؤقت؟ اسمحوا لي أن أرجع سريعًا إلى آراء سينيت حول صعود ضرورات المرونة والمخاطرة في نطاق بيئة العمل المتجهة نحو العولمة. يرى سينيت، باختصار، أننا انتقلنا من عالم وظيفي ذي منظمات هرمية صارمة، الانضباط الذاتي فيها يحدد ديمومة الذات، إلى اقتصادٍ جديد شجاع يتميز بإعادة هندسة الشركات، والابتكار والمخاطرة، وتحتل فيه متطلبات المرونة المهنية موقعًا مهمًا.

يرى سينيت أن صعود الرأسمالية المرنة يؤدي في الواقع إلى أعباء واضطهادات جديدة ساحقة، مهما قيل إن المرونة والمخاطرة تمنحان

الناس مزيدًا من الحرية لتشكيل مسار حياتهم المهنية والشخصية. الرأسمالية المرنة تكون «مرنة» فقط بقدر ما يقبل عاملوها ومستهلكوها تعاليم عالم ما بعد التسلسل الهرمي، ويتقبلون أنهم وحدهم من يجب أن يسعوا جاهدين ليكونوا أكثر مرونة من أي وقت مضى، ويقبلوا التخلي عن نماذج العمل التقليدية والتعريفات النموذجية للنجاح. إن هذا إعادة تعريف للنجاح تنأى به عن الإنجازات الماضية التي تظهر في السيرة الذاتية، باتجاه المرونة والاستعداد للتغيير في المستقبل. إنها باختصار صعود لثقافة التغيير الجذري إلى مجالات العمل والتوظيف.مكتبة سُر مَن قرأ

عندما يُدفع الناس إلى عالم من الانفصال والتعاون السطحي، والروابط الضعيفة والعلاقات القابلة للاستبدال، وعندما يتشكل كل هذا من خلال السعي وراء المخاطرة وإعادة اختراع الذات، تتقلص سلطة الطرق التقليدية لفعل الأشياء على نحو جذري. يحتمل أن يكون ذلك محررًا، بحيث يجد الموظفون إثارة جديدة في إعادة تعريف الهويات المهنية وتشكيل علاقات مهنية مرنة ومبتكرة. لكن في ذلك شيء أكثر إثارة للقلق. فالحياة العملية التي تشكلها عمومًا اللقاءات العرَضية والمشاريع قصيرة الأجل تفتقر إلى الاتساق العاطفي، وهذا الانجراف في الشخصية، أو «تآكل الشخصية»، هو ما يركز عليه سينيت، الذي يرى أن انهيار سردية العمل المتكاملة يترافق مع انهيار النسيج الرمزي للذات. في دنيا العولمة المتقدمة التي لا تهدأ، تبدَّل ديمومة المهنة بتجربة للحياة

المهنية أشبه بالسوبرماركت: مجموعُ جذاذ، رغباتٌ عشوائية، لقاءاتٌ عرضية، وكل ما هو تصادفي وعابر. إن ثقافة العولمة السريعة وقصيرة الأجل والتقنية تطلق العنان -كما يُقترح- لنموذج جديد من صنع الذات في العمل والتوظيف. في عالم العقود قصيرة الأجل، وخفض العمالة المستمر، والتوصيل الفوري وتعدد المهن، تعد القدرة على تغيير وإعادة اختراع الذات أمرًا أساسيًا. الإيمان بالمرونة واللدونة والتجديد المستمر يعني أننا لم نعد نقيّم بناء على ما أنجزناه وحققناه، بل نقيم الآن بناء على مرونتنا، وعلى استعدادنا للتغير.

كيف يؤثر هذا العالم الجديد الشجاع، بنزعته الوقتية، على الهويات المهنية؟ يقدم عالم الاجتماع المعروف زيغمونت باومان بعض الملاحظات المفيدة في هذا الصدد، لا سيما في تأكيده على تزايد الهشاشة والسيولة للمخاوف والمشاكل التي تلمّ بنساء ورجال العصر. في كتابه المؤثر «حيوات مهدرة»[1]، يقترح باومان أن القلق الرئيس في القرن الحادي والعشرين هو ذلك الناتج عن الخوف من الاستبعاد. هذا هو الخوف الذي يشعر به الناس اليوم، خوف من التعرض للإقصاء أو الطرد أو الاستبعاد أو الرفض. يتناول رأي باومان الخوف لدى النساء والرجال اليوم من الاختزال، الذي كثيرًا ما قد يأتي في أي لحظة. هذه الفكرة تصف المخاوف المربكة التي يواجهها العاملون في عالم تنقل فيه الشركات عابرة الحدود

(1) Bauman, Zygmunt (2004) *Wasted Lives: Modernity and Its Outcasts.* Cambridge: Polity Press.

عملياتها إلى بلدان أخرى بين عشية وضحاها بكل معنى الكلمة. وهي فكرة تشمل العديد من المخاوف المعاصرة المتعلقة بنقل الشركات الإلكترونية إلى الخارج والتعاقد الخارجي وغيرها من الأشكال الجديدة للتغير التكنولوجي.

من الواضح أن تأكيد باومان على الخوف من الاستبعاد يتلاءم مع عالم العولمة المكثفة وتوسع قابلية الحركة والاتصالات الفورية والهجرات الجماعية القسرية. لكن بغض النظر عن مدى كفاية هذا التشخيص الاجتماعي، أود الاقتراح أن فكرة باومان حول الخوف من الاستبعاد تسلط الضوء على قوى اجتماعية جديدة تحفز لدى الناس رغبة بإعادة اختراع ذاتي فورية من خلال تغيير المهنة.

التحول المهني

المصطلحات مثل «المستقبل المرن» و«نمط الحياة السائل» تعبر عن أكبر التغيرات الاجتماعية في هذا العصر، أي العولمة، وتغييرها للحياة التنظيمية المعاصرة. لكنها تعبر أيضًا عن مجموعة جديدة من المخاوف، أو بواعث قلق بالغ، تلمّ بنساء ورجال هذا العصر خلال سعيهم للتعامل مع الظروف الجديدة للعمل والتوظيف في السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين. في مجتمعات إعادة الاختراع حيث الصورة هي الحكَم، وحيث يتفوق الجمال والشباب والجاذبية الجنسية على معظم الادعاءات بالكفاءة أو المعرفة، قد لا يكون مستغربًا أن تولى أهمية مكافئة لتطوير الموظفين صورتهم

ومهاراتهم في العرض والتقديم. إننا، باختصار، نتحدث عن تسويق مظهر الموظف، عن المدى الذي قد يصل إليه النساء والرجال في إجراء تغييرات مهنية لمواكبة منطق الأعمال والسوق الحالي.

خبراء ومستشارو الصورة، ومدربو مهارات الحياة، والمستشارون المهنيون، ومرشدو الجمال والأزياء هم جزء من المشهد الثقافي الجديد الذي يجري عليه العمل والتوظيف اليوم. أرباب العمل الآن يولون أهمية ما تنفك تزداد لمظهر الموظفين وحضورهم، مما يتبعه عجزٌ عن استيفاء العديد من متطلبات التوظيف الحالية القاسية، يؤدي إلى الفشل في العمل أو الفصل منه. النجاح في مكان العمل يتعلق بأمور عدة أهمها الصورة والتسويق والتغير الذاتي. اللباس والهيئة والصوت وشكل الجسم كلها تقيّم -بشكل ضمني عادة، وعلنيّ في كثير من الأحيان- في سوق العمل اليوم. وأصبح انتزاع النجاح من الفشل في ظل واقع التوظيف هذا متعلقًا أكثر فأكثر بإظهار الاستعداد للتكيف والمرونة والتغيير.

هنا يبلغ التغيير المهني مداه، بمفرداته المعبرة عن الكليشيهات القدرية المستمدة مباشرة من الثقافة الشعبية الأميركية، مثل: «لا يزال في القمة متّسع»، و«السماء هي الحد»، و«يمكنك أن تجعل من نفسك ما تريد». الرغبة في «صنع الذات»، في أن يعتمد المرء على ذاته ويبدأ العمل، أصبحت في عصرنا الشعار الذي ينادي أن بإمكانك إعادة صنع أو تشكيل أو صياغة نفسك على أي وجه تريد. في ثقافة الشركات تتشكل الوظائف (المرتبطة بعقد، أو القائمة على الفريق،

أو المؤقتة) من هذه العمليات المنطوية على توكيد ذاتي قاس، من إعادة الإنشاء والتعديل والتشكيل. وإذا كان الاقتصاد الجديد يعد بوظائف تتمتع بالمرونة الكاملة والعقود المؤقتة وبيئات العمل المبتكرة، فهو يحقق ذلك بمستوى غير مسبوق من التسريح والتعاقد الخارجي والتمييز العمريّ وانعدام الأمن الوظيفي. المؤهلات التعليمية والخبرة العملية كلها أمور جيدة جدًا، لكنها غالبًا ما تهمش في الاقتصاد الجديد أمام القضايا الأهم، مثل الكشف عن العلامات المبكرة لظهور الشيب أو بوادر تجاعيد العبوس.

يمكن للنساء والرجال، بالطبع، أن يحاولوا تجاهل هذه الضغوط في مجتمع إعادة الاختراع. يمكنهم أن يقابلوا بالسخرية صرعات وتوجهات الجمال في المجتمع، ولكن هذا لا يؤدي بالضرورة إلى إضعاف سطوتها عليهم. في الواقع، سرعان ما سمّت العلوم الاجتماعية ظهور ثقافة المظهر في مكان العمل وصعودها وعواقبها المدمرة بالـ «مظهرية». حجتها، باختصار، أن «المظهرية» نوع جديد من العنصرية التي تجتاح الغرب اليوم. يقول الاقتصادي دانيال هاميرميش حول تأثير المظهرية: «يظهر بحثي أن حسن المظهر يساعدك على كسب المزيد من المال والعثور على زوج ذي دخل أعلى وحتى الحصول على صفقات أفضل في الرهون العقارية». لا عجب إذن في أن يسعى المزيد من الناس إلى إعادة الاختراع وسيلةً للتعامل مع إمبريالية المظهرية، الاجتماعية والاقتصادية. وبات المزيد من النساء والرجال يفضلون، لو اضطروا للاختيار،

الاندماج في مجتمع إعادة الاختراع وثقافة التغيير الجذري فيه، على المعاناة من التمييز القاسي للـ«المظهرية».

إذا كان من الممكن الادعاء بأن إمكانيات إعادة الاختراع في مكان العمل تبعث على الاطمئنان، فلا يوجد على الأقل نقص في الأمثلة العليا والخبراء الذين يوضحون كيفية تحقيق مظهر جسدي وحضور أفضل في العمل. اقترحت في الفصل الأول أن النزعة الاستهلاكية وثقافة الشهرة تمثلان بعضًا من المحركات الرئيسية للجراحة التجميلية وصناعات التغيير في المجتمعات المعاصرة. ولكن رواج وازدهار الجراحة التجميلية يثير تساؤلات أخرى حول الأشكال الجديدة لتصميم وتحسين الذات في السياق المهني، يعجز التسوق والشهرة عن تقديم إجابات لها. مثلًا، لماذا تزداد الجراحة التجميلية انتشارًا في عالم الشركات؟ وكيف أصبحت مرادفًا ثقافياً للقابلية الشخصية للتغير والتكيف والمرونة؟ في كتاب سابق بعنوان «التأهل: كيف تغير الجراحة التجميلية حياتنا»[1]، عملت على تقصي الأسباب المعقدة والمتناقضة التي تدفع الناس للخضوع لمبضع الجراح، وبعد سنوات من إجراء لقاءات مع مرضى وجراحين في أجزاء مختلفة من العالم، وجدت أن أكثر ما يلفت في طفرة أعداد المتحولين عن طريق شفط الدهون ومدمني البوتوكس، هو التكوين الاجتماعي لمن يخضعون للعمليات التجميلية. إذ يتجه عدد متزايد

(1) Elliott, A. (2008) *Making the Cut: How Cosmetic Surgery Is Transforming Our Lives*. Chicago: University of Chicago Press.

من العاملين والمديرين من الطبقة الوسطى إلى الجراحة التجميلية في محاولة للحفاظ على مظهر الشباب، أو اكتسابه أحيانًا. العاملون المهرة حول العالم، من سيدني إلى سنغافورة إلى سان فرانسيسكو، يختارون العمليات الجراحية التجميلية للحفاظ على أفضلية وظيفية ضمن اضطرابات وتقلبات الاقتصاد العالمي الحالي سريع التغير.

في هذا الاقتصاد الجديد الذي يتميز بخفض العمالة والعقود قصيرة الأجل والتوصيل الفوري وتعدد المهن، ما يبدو ثابتًا اليوم يمكن أن يتغير بين عشية وضحاها. لم تعد الوظائف تدوم «مدى الحياة»، وأقلها ديمومةً المناصب الإدارية التنفيذية في الشركات. وبينما يتكيف الرجال والنساء مع تقلبات الاقتصاد العالمي، فإنهم يسعون أيضًا إلى أشكال جديدة من إعادة اختراع الذات في محاولة لمواكبة التغيير الهائل. من وجهة النظر هذه، فإن قوى العولمة وتكنولوجيا المعلومات الرقمية والاقتصاد الجديد مجتمعةً تنتج تجارب في الحياة، حيث يسعى النساء والرجال إلى إعادة اختراع أجسادهم وبالتالي تحسين فرصهم الاجتماعية والاقتصادية. في الواقع، ينظر إلى الجراحة التجميلية عمومًا على أنها تؤمن أفضلية مهنية للباحثين عن مظهر جديد معاد تصميمه. وتجدر الإشارة إلى أنه لا يوجد مثل أعلى وحيد للجمال هنا، على الرغم من هيمنة الصور الإعلامية للجنس والشباب والجاذبية على الثقافة الشعبية. بل إن المجال الأساسي المرغوب هو إعادة النظر في مظهر المرء، وتغيير الهيئة، وتحويل الجسد. ربما لهذا السبب يتوجه المديرون والعاملون

من الطبقة المتوسطة إلى الجراحة التجميلية لتجديد مظهرهم، بنفس الطريقة التي تعاد بها كتابة السيرة الذاتية. وظهر ذلك، على سبيل المثال، في دراسة أميركية وجدت أن 81 ٪ من الأميركيين الذين يزيد صافي ثروتهم على 10 ملايين دولار يعتزمون الخضوع لجراحة تجميلية في المستقبل القريب.

لكن بين التجارة ومستحضرات التجميل علاقة أعمق تجدر الإشارة إليها بإيجاز. الجراحة التجميلية فعلٌ يمثل، من بين أمور أخرى، تحولًا ذاتيًا: فالجسد المحسّن جراحيًا جسدٌ مرتبط بالنجاح المهني والاجتماعي والاقتصادي على مختلف المستويات. لكن تحسينات الجراحة التجميلية توفر نجاحًا موجهًا نحو المستقبل. على نقيض القول المأثور بأن سجل الأعمال أو الإنجازات السابقة هو أفضل مؤشر على الفرص المستقبلية؛ الثقافة الجراحية التجميلية عالم يقيّم فيه الناس بناء على استعدادهم لاعتناق إعادة الاختراع، وقدرتهم على التكيف مع التغيير. المرونة واللدونة والسيولة والتجديد المستمر، هذه هي المعايير التي تحدد ما إذا كان الشخص، الموظف خاصة، سيحظى بالنجاح. ينطبق ذلك بالتأكيد على مستويات أعلى في الحياة المهنية، حيث تنقذ المهن المهددة من خلال الإجراءات التجميلية، كما تشير هذه الأمثلة من صحيفة فاينانشل تايمز في المملكة المتحدة:

- لم يتمكن نائب رئيس شركة نحّي عن منصبه في سن الستين، من العثور على منصب جديد، فخضع لعملية شد الوجه لقناعته

بأنه يتعرض للتمييز بسبب مظهره المسنّ. بعد شهرين من الجراحة عين في منصب نائب رئيس في شركة كبيرة.

- شعرت مديرة تنفيذية تبلغ من العمر 45 عامًا في كاليفورنيا أن سلطتها داخل الشركة تتراجع بسبب شابة نشطة. بعد أن خضعت المديرة لعمليات شد الوجه والأجفان، لم تعد الشابة تشكل أي تهديد.

إذا كان الاستعداد للخضوع لعمليات تجميلية بشكل متكرر انعكاسًا للتوجه المنفتح والديناميكي نحو المستقبل، فهذه عقلية لا يقتصر انتشارها على المستويات العليا من الحياة المؤسسية، بل تصل إلى الإدارة الوسطى والقوى العاملة، وأولئك الذين يبحثون عن عمل لكنهم مطروحون حاليًا على هوامش الاقتصاد العالمي. صناعات التغيير تسعى إلى إقناعنا بأن الأجسام البشرية ناقصة وطيعة، معيبة ومرنة. يظهر ذلك في شراء البوتوكس، أو استشارة خبير الصورة الجمالية، أو ربما مجرد استهلاك مستحضرات التجميل التي تستخدم في تسويقها الإشارة إلى أحدث التطورات التكنولوجية في الجراحة التجميلية.

هل هذا يعني، إذن، أن الموظفين في جميع أنحاء العالم يتجهون أكثر فأكثر نحو إعادة اختراع أنفسهم، ومهاراتهم في العرض والتقديم، وسيرهم الذاتية ومهنهم بهدف مواكبة الضرورات الاقتصادية الجديدة للاقتصاد العالمي؟ قد يكون الأمر كذلك، على الأقل إذا عدّت المنظمات والشركات والمؤسسات بطريقة أو بأخرى، بمعزل

عن الموظفين الذين توظفهم وتطردهم. لكن قد يكون من التسرع أن نرى المنظمات والشركات غير ملوثة بمنطق مجتمع إعادة الاختراع، بمكاسبه وضغوطاته وصعوباته. من الممكن بدلاً من ذلك رؤية الشركات والمؤسسات التجارية -الحياة المؤسسية، إذا صح التعبير- متورطة بعمق في منطق إعادة الاختراع الذي تطالب به موظفيها. هذه مسألة أنتقل إلى تأملها في الفصل الرابع.

إعادة الاختراع في زمن فيروس كورونا

في بدايات عام 2020، وفي فترة زمنية قصيرة بشكل مذهل، أطلقت جائحة كوفيد - 19 مخاوف وشكوكًا ومخاطر في جميع أنحاء العالم، امتحنت التماسك الاجتماعي والعولمة امتحانًا صعبًا. كان تأثير هذا الفيروس المدمر عالميًا حقًا: فقد أوقف كوفيد - 19 السفر الدولي، وعرقل سلاسل التوريد العالمية، وسبب توقفًا سريعًا في الصناعات الرئيسية، وخلق موجات عاتية من البطالة، وعزلَ الأفراد والمجتمعات وسط ارتفاع سريع في عدد الضحايا. في كتابه «لماذا تعد هذه الأزمة نقطة تحول في التاريخ»، اقترح المنظر السياسي جون غراي أن ظهور كوفيد - 19 أشار إلى زوال «ذروة العولمة». كانت حجته أنه في حين أصبح الفيروس عالميًا، فشلت العولمة نفسها فشلًا ذريعًا. وكتب:

«انتهى عصر ذروة العولمة. والنظام الاقتصادي الذي كان معتمدًا على الإنتاج العالمي وسلاسل التوريد الطويلة آخذٌ في

التحول إلى نظام سيكون أقل ترابطًا. أسلوب الحياة المدفوع بالتنقل المتواصل يقترب من التوقف الكامل. ستكون حياتنا أكثر محدودية ماديًا، وأكثر افتراضية مما كانت عليه. وأخذ عالم أكثر تجزؤًا يظهر إلى الوجود، قد يكون في بعض النواحي عالمًا أقوى».

كما أشرت سابقًا في هذا الفصل، العولمة شديدة التعقيد. ويمكن القول إن رأي غراي صحيح فقط إذا عدت العولمة ظاهرة اقتصادية وحسب. لكن هذا الفهم ليس خاطئًا بقدر ما هو منقوص. العولمة بظروفها ونتائجها ليست اقتصادية فقط، لكنها اجتماعية وثقافية وسياسية وتاريخية أيضًا حتى جذورها. ولا شك أن سلاسل التوريد العالمية شهدت تعطلًا كبيرًا بسبب فيروس كورونا، لكن العولمة لا تعتمد على نقل السلع المصنعة في جميع أنحاء العالم فحسب، بل تشمل نقل الأشخاص والمعلومات والأفكار أيضًا. في أعقاب جائحة كوفيد- 19، شهد العالم طفرة في المعلومات الرقمية ضخمت الشبكات الافتراضية وتدفق الأفكار في كل المجالات من الرعاية الصحية إلى الأعمال التجارية. على مستوى أساسي، من المهم أن ندرك أن التكافل الرقمي واسع النطاق أدى إلى تسريع الاستجابات المبتكرة للوباء، سواء على نطاق الأفراد أو المؤسسات أو الدول، وأن مثل هذه الاستجابات كانت معتمدة بشكل أساسي على اتصالنا العالمي. باختصار، لم تكن هذه الروابط قابلة للحجر. ومن المؤكد أن الأوبئة العالمية تغير القوى المحركة للعولمة، ولكن من المهم أن نرى أن العالم ما زال شديد الترابط من

نواح كثيرة. إن لذلك تداعيات مهمة على أفضل طريقة قد نتبعها لتناول إعادة الاختراع في أعقاب جائحة كوفيد- 19، سواء على مستوى المنظمات أو الحياة الشخصية.

ينبغي النظر إلى فيروس كورونا على أنه تعبير مثالي عن عالمنا المفرط في عالميته. لقد انتشر بلا توقف، متجاوزًا الصين وشرق آسيا، بما في ذلك اليابان وكوريا الجنوبية وجنوب شرق آسيا، حتى غمر إيطاليا وأوروبا وأميركا الشمالية وأميركا الوسطى والجنوبية. لكن بسبب قوى العولمة المعقدة مرة أخرى، كانت الطبيعة العالمية لكوفيد- 19 نفسها ما مكّن العلماء من التعاون الفعال في جميع أنحاء العالم للبحث عن لقاح أو ترياق فعال. انطلق العالم في تعاون بحثي دولي غير مسبوق بهدف مواجهة انتشار فيروس كورونا. مثال ذلك ائتلاف الحوسبة عالية الأداء، الذي شهد مشاركة Google و IBM وAmazon وMicrosoft وNASA ما يقارب 30 نظامًا حاسوبيًا عملاقًا مع المجتمع العلمي العالمي. أجرى علماء الأبحاث ملايين عمليات المحاكاة على هذه الحواسيب العملاقة لتدريب أنظمة التعلم الآلي على تحديد العوامل التي قد تجعل من الجزيء المستهدف مرشحًا جيدًا في السباق مع الزمن لهزيمة فيروس كورونا القاتل. على ضوء ذلك، كانت العولمة سببًا ونتيجة للفيروس القاتل في آن واحد. ومن المفارقات أن القوى العالمية ذاتها التي أطلقت عنان هذا الوباء العالمي، كانت وثيقة الارتباط بالبحث العلمي في سبيل القضاء عليه.

يوجد بعدان رئيسيان لمعالجة مسألة العلاقة بين كوفيد- 19 وثقافة إعادة الاختراع. الأول مؤسسي، يركز على التغيير التنظيمي. والثاني ثقافي، يركز على تغيير أسلوب الحياة. على مستوى المنظمات، يمكن القول إن الفيروس سرع التوجهات الناتجة عن الثورة الرقمية، التي كانت جارية بالفعل في جميع أنحاء الشمال الغني. في مواجهة التوجيهات الحكومية المتعلقة بالتباعد الاجتماعي، كانت الاستجابة الرئيسية للقطاعين الصناعي والتجاري نقلَ العديد من الأنشطة الأساسية إلى الفضاء الرقمي. انتقلت المكاتب والمدارس والجامعات ومراكز العمل الأخرى من التفاعل المباشر إلى التفاعل الرقمي. هكذا تحول العمل من المنزل، أو العمل عن بعد، من «ثاني أفضل خيار» إلى «الوضع الطبيعي الجديد». مكنت المكاتب المنزلية الافتراضية آلاف العاملين في جميع أنحاء العالم من العمل بكفاءة بعيدًا عن مكاتبهم، وأنقذت في الوقت نفسه ملايين العاملين من طوابير البطالة.

وكانت هذه الابتكارات جليّة في مجال الرعاية الصحية أيضًا. إذ شهد التطبيب الافتراضي زيادة سريعة بهدف توفير الرعاية الصحية عن بعد من قبل الأطباء في أثناء الجائحة، وكان لهذا التحول تبعات دائمة. حدث شيء مماثل في قطاع المطاعم، التي كانت من المشاريع الأكثر تضررًا من الوباء، وكانت بحاجة إلى إيجاد طرق مبتكرة ليشعر العملاء بالأمان. من تلك التدابير زيادة التباعد بين العملاء، وتقليل الاتصال البشري من خلال الطلب والدفع الرقمي على سبيل المثال.

ما حدث للمؤسسات ينطبق على الأفراد. فالتغيير في نمط الحياة، تمامًا مثل التغيير التنظيمي، ازداد بشكل كبير خلال جائحة كوفيد - 19. تجلى ذلك في حفلات العشاء الافتراضية وجنازات الفيسبوك، حيث كان النساء والرجال يختبرون ويحاولون عيش تجارب اجتماعية جديدة. من وجهة النظر هذه يمكن القول إن الحجر الصحي الذي فرضه فيروس كورونا أقنع الناس بتطوير خيارات حياتية مختلفة، سيستمر العديد منها في التأثير على العلاقات الاجتماعية، أو منافسة الطرق الأكثر تقليدية لفعل الأشياء.

بالنظر إلى ما مضى، نرى أن اندفاعًا كبيرًا لتقييم الأمور نتج عن جائحة كوفيد - 19؛ وكذلك اندفاعًا نحو التنبؤ بمستقبل ما بعد الجائحة. لكن ما أظهره الفيروس بشكل واضح هو أن النساء والرجال استجابوا بشكل خلاق للتحديات العالمية الهائلة أمام إعادة تشكيل الأنشطة الاجتماعية، وبالنتيجة، إعادة اختراع حياتهم. أما كيف سيكون شكل كل هذا في المستقبل، لا سيما الآثار المترتبة على العولمة بوصفها عملية مستمرة، فذلك ما زال بحاجة إلى فهمٍ كافٍ. في الفصل التالي، سننتقل من إعادة اختراع المهن الفردية إلى إعادة اختراع الشركات.

4

إعادة اختراع الشركات

هل العولمة تولد أشكالًا جديدة لإعادة الاختراع التجاري؟ في عصرٍ صار فيه الكوكب معولمًا تدبَّر مقادير الشركات والمشاريع التجارية وتقضى على الساحة العالمية، وعلى الساحة نفسها تنتج شروط ونتائج إعادة الاختراع. كتب سكوت د. أنثوني ومايكل بوتز في مجلة فوربز[1]، أن «الشركات بدأت تدرك أن زمننا المضطرب يتطلب تجديدًا مستمرًا. تجاوز الأزمة الحالية لا يكفي، يجب على الشركات استحداث عمليات تكرارية تجدد مؤسساتها بانتظام قبل أن تضرب الأزمة التالية».

يوجد بالتأكيد مبررات لافتراض أن استحداث «العمليات التكرارية التي تجدد بانتظام» أصبحت لعبة الشركات الوحيدة، وأن الفشل في الارتقاء الى هذا المعيار الذهبي الجديد يعد من وجهة نظر المساهمين والأسواق مولدًا للمخاطر والمشكلات. تبدو إعادة

(1) Anthony, Scott D. and Putz, Michael (2009) «To Reinvent Your Company, Reinvent Yourself», 18 May.

الاختراع من وجهة النظر هذه واجبًا اقتصاديًا بالدرجة الأولى، لاينبغي لأي شركة أو مؤسسة مهما بدت ناجحة أن تعد نفسها في مأمنٍ من المتطلبات المستمرة لتغيير نموذج أعمالها أو إعادة تصميمه، أو تجديد علامته التجارية أو إعادة تمويله. خذ مثلًا Borders أو Blockbuster، مثالان لشركات كانت ناجحة أيما نجاح في يوم من الأيام، ثم دفعتها ثورة الاتصالات الرقمية بين ليلة وضحاها إلى خانة البطلان.

هوس الشركات الحالي بـ«العمليات التكرارية التي تجدد بانتظام» يوضح لنا جوهر العولمة، خاصة التأثيرات العالمية للتعاقد الخارجي ونقل الشركات إلى الخارج وخفض العمالة والتوصيل الفوري وظهور منافسين منخفضي التكلفة وانهيار عوائق دخول السوق. لا شيء مما سبق يعد خبرًا جديدًا، ومن المؤكد أن الجدل حول العولمة بات مطروقًا في قطاعات الأعمال التجارية والتمويل وفي الحياة العامة الأوسع. مع ذلك فنحن مدركون لرسالة مفادها أن العولمة تنتج إعادة اختراع لا تنتهي، لدرجة تجعل من اليسير أن نغفل انتشار برنامج إعادة الاختراع في الحياة التجارية والشركات متعددة الجنسيات اليوم.

التحول صار قاعدة، يتجلى ذلك في سعي شركات مثل بوردرز للتحول إلى أمازون أو بلوكباستر إلى نتفلكس، فتغلق متاجر البيع بالتجزئة قديمة الطراز وتدخل مجال التوصيل الرقمي. لكن نموذج التحول الجديد أكثر بكثير من مجرد إعادة تنظيم الميزانيات، وإغلاق

سلاسل المتاجر غير المربحة، وإعادة تمويل وتقييم نماذج الأعمال الحالية. إنه يتعلق بخلق قيمة من خلال ممارسات إعادة الاختراع نفسها، إذ يعاد تصميم الشركات والمؤسسات كي تثبت للسوق امتلاكها مرونة للمستقبل. من هذا المنطلق، أعلن عملاق متاجر التجزئة البريطانية Tesco عام 2011 عن خطط لرفع الإيرادات بمقدار مليار جنيه من خلال مبادرات لإعادة الاختراع تتنوع ما بين الخدمات المصرفية إلى الهواتف المحمولة. بالمثل، سعت الشركة الاستهلاكية Procter & Gamble إلى زيادة إيرادها بمقدار خمسة مليارات جنيه إسترليني في خمس سنوات عن طريق المبادرات الجديدة والأسواق الجديدة. وفي الولايات المتحدة انتقلت Cisco Systems بقوة إلى مجالات جديدة مثل إدخال ويب 3.0 (جيل الإنترنت الثالث) إلى الصين وتثبيت أجهزة التوجيه في الفضاء، سعت من خلالها لزيادة مبيعاتها البالغة 40 مليار دولار بنسبة 25 ٪ خلال خمس سنوات.

يتجلى الإيمان الجديد في القطاع التجاري بأهمية المرونة، في تنفيذ أعداد هائلة من المشاريع والمؤسسات والشركات عمليات إعادة اختراع متواصلة لثقافاتها التنظيمية وأسواقها ومنتجاتها. إن نموذج التجديد المطلوب في المؤسسات الجديدة يتم تأكيده ودفعه بشكل مذهل في بعض الأحيان . ينطبق ذلك بشكل خاص على عدد من قطاعات الاقتصاد الجديد خاصة التمويل العالمي والتكنولوجيا المتقدمة وشركات الخدمات الجديدة. شركة الاتصالات الفنلندية متعددة الجنسيات نوكيا، على سبيل المثال، تجسد أيديولوجية إعادة

الهيكلة التنظيمية هذه. نوكيا، العاملة في مجال تصنيع الأجهزة المحمولة لقطاعي الاتصالات والإنترنت، لها موظفون في 120 دولة وحققت عائدات سنوية عالمية تزيد على 50 مليار يورو مع مبيعات في أكثر من 150 دولة. لكن عملاق الاتصالات السلكية واللاسلكية هذا بدأ مسيرته شركةً مصنعة للورق، توسعت بعد ذلك إلى أعمال المطاط وصناعة الكالوشات. لم تنتقل الشركة إلى مجال الإلكترونيات حتى الستينات، ثم إلى الاتصالات في السبعينات. اليوم، في السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين، ما زالت سطوة خيال إعادة الاختراع مستمرة في نوكيا، إذ تعيد تشكيل نفسها بمنأى عن الهواتف المحمولة وباتجاه الأجهزة المحمولة.

قصة إعادة اختراع نوكيا من شركة لتصنيع الورق إلى عملاق في مجال الاتصالات قصة مذهلة، وكذلك قصة سقوطها من القمة. عام 2010 أعلنت الشركة عن انخفاض في الأرباح بنسبة 40 ٪، ناجم بشكل رئيسي عن صعود شركة أبل في سوق الهواتف الذكية. لكن التغييرات المؤسسية المرتبطة بإعادة الاختراع غير ثابتة. والتاريخ الحديث للمنظمات يشير إلى أن إعادة الاختراع مستمرة الحدوث. كما كتب جيري ويند وألفريد ويست الابن في كتابهما «إعادة اختراع الشركة»:

«على الشركة تصميم وتنفيذ العدد اللازم من البرامج وما يرتبط بها من العمليات، التي تجبر المنظمة على التطلع إلى آفاق جديدة، تتطلب لبلوغها إعادة النظر بالممارسات الحالية وإعادة هندستها..

عملية إعادة الاختراع تنطوي على تغيير فردي وتنظيمي ضخم ينبغي أن يدعمه القادة على جميع مستويات المنظمة. ومن الضروري أن يهيئ تدريبنا الشركة لتغيير لا يقف عند حد»[1].

يظهر التوصيف الذي قدمه ويند وويست إلى أي مدى يحدث التحول المستمر في حياة الشركة اليوم. في العصر التنظيمي السابق، الذي تميز بالشركات الإنتاجية ذات التسلسل الهرمي والإدارة البيروقراطية الثابتة، كان تحقيق درجة معينة من الثبات يعد أمرًا ضروريًا لاجتياز عالم الأعمال المضطرب، وبالتالي كانت الإجراءات الروتينية للحياة التنظيمية باعثًا على الاطمئنان. أما في العصر التنظيمي الحالي المتميز بالشركات الاستهلاكية وإدارة الفريق المرنة، تهدم الطرق التقليدية في فعل الأشياء، أو العادات بعبارة أخرى، ويعاد تشكيلها بمعدّل مذهل.

نماذج إعادة اختراع الشركات

يُعد الهدم الذي يسبق إعادة الاختراع جوهر الاقتصاد الجديد. إنه التحدي الذي يمكن للشركات، ويتحتم عليها، أن تتصدى له. إحدى المشكلات الأساسية التي تواجه الشركات الكبيرة والصغيرة اليوم هي تعريف مجال إعادة اختراع الشركات، الذي يتضمن من بين أمور أخرى جدولة وتخطيط واستكشاف الاستراتيجيات

(1) Wind, Jerry and West, Alfred P., Jr. (1991) «Reinventing the Corporation», *Chief Executive*, Vol. 71 (October), pp. 72–75.

التنظيمية بشكل مستمر. أقترح أننا في هذه العقود الأولى من القرن الحادي والعشرين نشهد ظهور نماذج لإعادة اختراع الشركات، تؤدي دورًا رئيسيًا في استدامتها من خلال عمليات تغيير تنظيمي واسعة النطاق. وتقع هذه النماذج الثقافية على خلفية ذات محورين رئيسيين؛ الأول يتعلق بآثار العولمة، التي ناقشت بعض القوى الأساسية التي تحركها في الفصل السابق. يستحضر العديد من المحللين شبح العولمة لوصف ازدياد تشابك النشاط الاقتصادي على امتداد العالم اليوم، لكن من المهم أيضًا إدراك أن العولمة بعد أساسي أصيل للحياة الاجتماعية والثقافية أيضًا. يترتب على ذلك تبعات كبرى بالنسبة إلى الشركات، فضلًا عن عمليات إعادة الاختراع، بسبب كثافة المنافسة التجارية. إن ما أسماه عالم الاجتماع البريطاني أنثوني غيدنز «العالم الجامح» للعولمة ينطوي على تسريع تقني عنيد للحياة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية. هذا «التسريع» في التدفقات والتعاملات والتفاعلات العالمية حدث، وفقًا لبعض المحللين، خلال الربع الأخير من القرن العشرين. وكان وضع أول الأقمار الصناعية للاتصالات في مدارات متزامنة مع الأرض في أوائل السبعينات ذا أهمية خاصة في هذا الصدد، إذ يسّر انتشار الاتصالات الإلكترونية شبه الفورية حول العالم. في السنوات التي تلت عام 1990 اشتد تسارع العولمة، وتشير أدلة كثيرة إلى أن الاقتصادات والتمويل والسياسة والسلطة والاتصالات والإعلام والهجرة والسفر والسياحة والحياة الأسرية والصداقة والعمل

والتوظيف تراجع تنظيمها ضمن الدول القومية وزاد تنظيمها من خلال قوى العولمة[1].

المحور الثاني ذو الأهمية المؤسسية الذي يعد خلفية لنماذج إعادة اختراع الشركات اليوم هو التجريب. تعود جذور التجريب على مستوى تقديم الخدمات والابتكار التجاري إلى مفهوم «اقتصاد التجربة». اكتسب مفهوم «التجربة» أهمية كبيرة في الحياة الاقتصادية خلال أواخر القرن العشرين، بالتوازي مع نقاشات حول ظهور «اقتصاد جديد»[2] [3]. ركز ظهور «اقتصاد التجربة» على إحداث تحول جذري في النشاط الاقتصادي بعيدًا عن التصنيع الصناعي ونحو توفير خدمات استهلاكية، مع التركيز بشكل خاص على تجربة المنتجات. رغم أن مصطلح «اقتصاد التجربة» أصبح مصطلحًا شاملًا في التسعينات وبدايات الألفين، لكنه أظهر بوضوح أهمية التجارب والأحداث لخلق القيمة في الشركات والقوى الاقتصادية المعاصرة. على ضوء ذلك قد نرى التجريب عبارةً عن تجميع سلسلة من التجارب والأحداث. تحدث بعض النقاد عن «الاقتصاد التجريبي»[4]

(1) See: Lemert, Charles, Elliott, Anthony, Hsu, Eric, and Chaffee, Daniel (eds.) (2010) *Globalization: A Reader*. London and New York: Routledge.

(2) Schulze, G. (1992) Die Erlebnisfgeselleschaft, Frankfurt am Main: Campus.

(3) Pine, B.J. and Gilmore, J.H. (1999) The Experience Economy. Boston, MA: Harvard Business School Press.

(4) Thrift, N. (2011) «Lifeworld Inc – and What to Do About It», *Environment and Planning D: Society and Space*, Vol. 29.

و«التعديل العام على إضفاء طابع الحدث»[1] و«الأشكال التجريبية للتنظيم الاقتصادي»[2] و«مجتمع التجريب الذاتي»[3].

يحتل التجريب الصدارة اليوم في جميع قطاعات الاقتصاد العالمي، ويمكن القول إن ذلك ناتج عن تحولات مؤسسية وتكنولوجية متنوعة، أبرزها التغير التكنولوجي ولاسيما التكنولوجيا الرقمية. من هذه الزاوية، يتخذ التجريب اليوم معنى المدونات والمواقع التفاعلية والتحميلات والتنزيلات والمنشورات وتحديثات الحالة والمشاركات وغيرها الكثير. وفقًا لثريفت، ينتج عن التقنيات الجديدة نوع من المرونة التي «تضحي باليقين الإدراكي مقابل مشقة التجريب المستمر في التجريب». بصياغة أخرى لكلام ثريفت، إن تنمية التجريب كغاية في حد ذاته ينطوي على إعادة النظر في الاستنتاجات والأفكار والافتراضات حول النشاط الاجتماعي. والشيء ذو التبعات الأهم هو الاكتشافات التجريبية في إعادة تصميم النشاط الاجتماعي بعيدًا عن التفاعل المباشر ونحو التفاعل بوسيط. صارت صناعات الخدمات والقطاع الاستهلاكي القائم

(1) Stiegler, B. (2009) *Taking Care of Youth and the Generations*. Stanford, CA: Stanford University Press.

(2) Kristensen, P.H. (2011) «The Coevolution of Experimental Business Systems and Enabling Welfare States: Nordic Countries in Transition», in P.H. Kristensen and K. Lilja (eds.), *Nordic Capitalisms and Globalization*. Oxford: Oxford University Press, pp. 1.

(3) Gross, M. (2005) «Society as Experiment: Sociological Foundations for a Self-Experimental Society», *History of the Human Sciences*, Vol. 18, No. 2, pp. 63.

على التجربة، تتشكل أكثر فأكثر من خلال انتشار شاشات اللمس والمشاهد الافتراضية وتحديد المواقع والواقع المعزز، مثل تطبيقات الهواتف الذكية بما فيها Google Sky Map و Layar و Lookator و Spot Crime و PokemonGo.

امتدادًا لهذه التطورات تحصل تحولات عالمية في العلاقات بين الإنتاج والاستهلاك ناتجة عن التجريب المتزايد في مجال الشركات والمستهلكين. الحديث عن ظهور «اقتصاد جديد» موجه نحو نمو الخدمات والتجارب والفعاليات صار مقترنًا بالتجريب المنتشر في الأعمال التجارية والشركات. ولا شك أن ازدياد مشاركة المستهلكين الفاعلة في تصميم المنتجات والخدمات جزء أساسي من هذه العملية، التي تضم غير ذلك الكثير أيضًا. ومن المهم أن ندرك أن الخدمات والسلع والتجارب أصبحت جزءًا من عملية اجتماعية هي «خلق العوالم»، أو «العالمية»، تؤطر فيها العلاقات بين الشركات والموظفين والمستهلكين بإطار مفاهيمي، كما كتب لازاراتو:

«الشركة تنتج عالمًا، وينبغي من وجهة نظرها أن تتماشى معه الخدمة أو المنتج، وكذلك المستهلك أو العامل، وذلك العالم بدوره يجب أن يكون منقوشًا في أرواح وأجساد المستهلكين والعاملين»[1].

(1) Lazzarato M. (2006) «Life and the Living in the Societies of Control», in Fugslang, M., Srensen, B M. (eds.), *Deleuze and the Social*. Edinburgh: Edinburgh University Press, pp. 188.

مع ظهور الاقتصاد الجديد يأخذ التجريب التجاري طابعًا مختلفًا. ولا يقتصر ذلك على النمو في مجال الخدمات، بل يمتد إلى إدخال التجريب في العلاقات الاجتماعية للخدمة، بحيث يعاد تشكيل الاتصالات الاجتماعية والشبكات العالمية وتعديلها باستمرار من خلال إنتاج هذه العوالم الاستهلاكية. لذلك فإن الشركات اليوم لا تنتج ببساطة منتجات أو خدمات أو أشياء فحسب، وإنما يركز المشروع التجاري على إنتاج وتوليد العوالم، التي تعبرها هذه المنتجات والخدمات والأشياء باستمرار داخلة وخارجة من تلك البيئات المصممة والمعاد تصميمها. لذلك فقد انتفى الفاصل الواضح ليس فقط بين المنتج والمستهلك، بل بين منتج أو خدمة معينة والبيئات أو العوالم المحتضنة على مستوى المستهلك، التي تصمم كوسيلة لإعادة الاختراع من خلال فعل الاستهلاك نفسه. تدخل مجموعة من الأساليب في هندسة هذه البيئات الاستهلاكية الجديدة، لكن لتقنيات المعلومات الجديدة وظهور الشبكات الرقمية العالمية أهمية كبيرة لفهم كيف أصبحت الفضاءات الاستهلاكية منظمة بطرق ما كانت ممكنة سابقًا. النظام الحالي للشركات عابرة الحدود يزداد اعتمادًا على هندسة بيئات تجريبية، يمكن فيها لأشكال جديدة من التنسيق بين الاستهلاك والتسوق والترفيه والفعاليات والتجارب والاجتماعات وغيرها أن تحدث وتتقاطع وتتشابك. يعد دمج شبكة الواي-فاي في البنية التحتية لبيئات مثل ستاربكس وماكدونالدز مثالًا لـ«العوالم» التي تبنيها الشركات اليوم كي يحلّ بها المستهلكون.

ظهور إعادة الهيكلة المستمرة للشركات يوضح لنا جوهر الاقتصاد الجديد، ومن أوضح الأمثلة على هذه الظاهرة عملاقُ شركات التكنولوجيا الأميركية Cisco Systems. لفترة وجيزة في أوائل عام 2000 حقق هذا المورّد العالمي للأجهزة الإلكترونية، مثل أجهزة التوجيه والمحولات التي توجه حركة المعلومات عبر شبكات الإنترنت، مكانة الشركة الأعلى قيمة في العالم بقيمة سوقية بلغت 550 مليار دولار أميركي. بعد اثني عشر شهرًا، في أعقاب فقاعة الإنترنت عام 2001، انهارت القيمة السوقية لأسهم شركة سيسكو إلى 100 مليار دولار أميركي. تمكنت الشركة من النجاة من أسوأ ما في هذا الانكماش الاقتصادي، ويرجع ذلك بالمجمل إلى أن بيع معدات الشبكة ظل مضمونًا باعتبارها «مواسير الإنترنت» في العالم.

لكن سرعان ما تكيفت سيسكو مع الظروف المتغيرة للانكماش العالمي والتحولات الناتجة عن التكنولوجيا الرقمية، فأرست سمعتها كشركة رائدة على مستوى الابتكار والتجديد. وإدراكًا منها أن أسواقها الأساسية القائمة على أجهزة التوجيه والتحويل قد نضجت، توسعت الشركة نحو مجموعة من الفرص التجارية الأخرى، منها الاتصال عبر الإنترنت والأجهزة اللاسلكية والشبكات الضوئية. أتى توسع سيسكو بثماره، وبحلول أواخر العقد الأول من القرن الحادي والعشرين، كان للشركة أكثر من 66 ألف موظف وحققت عائدات تقترب من 40 مليار دولار.

الأكثر إثارة للدهشة في توسع سيسكو من سوق الشبكات إلى القطاع الاستهلاكي كان التغيير الملحوظ في مجمل مفردات الشركة وإطارها المعرفي. بدا أن سيسكو تحت إشراف رئيس مجلس الإدارة والرئيس التنفيذي جون تشيمبرز تخلت عن أساليبها الثابتة في ممارسة العمل التجاري وتبنت بدلًا منها مرونة جديدة وسيولة وقدرة على التكيّف. قوة سيسكو، وفقًا لتشيمبرز، مستمدة من توسعها في اتجاهات السوق المختلفة. وللتعريف بالقواعد الجديدة لهذه الاستراتيجية التجارية وبمنطق التوسع في سيسكو، ذكر تشيمبرز أن الشركة تخلت عن نموذج «القيادة والسيطرة» وتبنت بدلًا منه عالمًا جديدًا من «التنسيق والتنمية». لم يكن هذا نموذجًا إداريًا «هندسيًا» بل عالمًا مؤسسيًا من الشبكات والتحالفات والفرق. هذا يعني أن «توسع» شركة سيسكو الذي تكثف بقيادة تشيمبرز، أنتج مجموعة من الابتكارات المؤسسية مثل التعاقد الخارجي وعمليات الاستحواذ. وأدى من الناحية العملية إلى تحرك سيسكو نحو أسواق مثل الرعاية الصحية الافتراضية والحوسبة السحابية وأجهزة التوجيه في الفضاء وأمن الإنترنت. في أواخر عام 2009 أعلن تشيمبرز أن سيسكو طورت أكثر من 30 عمل فرعي.

إذا كانت بعض عمليات إعادة اختراع الشركات موجهة نحو إعادة تشكيل المنتج والسوق، فإن بعض الشركات الأخرى توسع مبدأ إعادة البناء ليشمل الهيكل التنظيمي نفسه، وربما تعد سيسكو أفضل الأمثلة على ذلك. لطالما كانت سيسكو شركة مبتكرة، لم تكتف

بتصدير التصنيع بل وجزء كبير من البحث والتطوير، واستحوذت على العديد من شركات الشبكات ودمجتها. لكن عملية إعادة تنظيم سيسكو الاستثنائيةَ خلال بدايات الألفين اشتملت على أكثر من مجرد عمليات استحواذ جديدة وتعاقد خارجي. كان تشيمبرز معروفًا في عالم التجارة والمال بإثارة الأسئلة الشائكة التالية: هل تستطيع الشركات تجديد هيكلها التنظيمي كما تجدد هوية منتجاتها وخدماتها؟ هل يمكن للنموذج التنظيمي أن يحقق مرونة تشابه تلك المطلوبة في المنتجات الاستهلاكية؟ ماذا لو أصبحت الإدارة تعاونية؟

أجاب تشيمبرز بالإيجاب كلًا منها، وأحدث بالنتيجة إعادة اختراع شاملة في نموذج سيسكو التنظيمي. أسقط منظومة الشركة الفعالة سابقًا، التي كانت الإدارة فيها مقسمة إلى مجالات الهندسة والتصنيع والتسويق، إذ رأى أن تحقيق ثقافة تنظيمية تعاونية تتطلب بحد ذاتها شيئًا أقل بيروقراطية ومحدودية. ثم سرعان ما أدرك أن من الضروري تحقيق نظير للتجديد المستمر للمنتجات والخدمات الاستهلاكية على مستوى الإدارة التعاونية. كان هذا مفهومًا للإدارة بوصفها «عملًا قيد التنفيذ». لتحقيق ذلك، أنشأت سيسكو مصفوفة مدروسة من الهيئات التي تضم مديرين من مختلف قطاعات الشركة. قسمت الهيئات نوعين: «المجالس»، وكلفت بتحديد الأسواق الجديدة التي قد تبلغ مليار دولار أميركي، و«اللجان»، وكلفت بتحديد الأسواق الجديدة التي يمكن أن تبلغ 10 مليارات دولار

أميركي[1]. وكانت تخدم كلتا الهيئتين «مجموعات عمل». عام 2010 لم تتمكن سيسكو من حساب عدد مجموعات العمل الموجودة في جميع أنحاء الشركة؛ إلى هذا الحد وصل التكوين السريع والتفكيك الأسرع لهذه الهياكل في سياق الابتكار والاستجابة والتكيف مع الأسواق العالمية الجديدة.

اتخاذ خيار إعادة الاختراع الذي تمليه الضرورات الاقتصادية العالمية له نتائج مبهرة ومتضاعفة بحد ذاته: فكلما استُخدِمت إستراتيجية إعادة الاختراع شعارًا، ازدادت استمرارية وتكثيفًا لذاتها. في سيسكو، كان هذا واضحًا من الانتشار السريع لـ «الأسواق الفرعية»، والتشكيل والتفكيك السريع لمجموعات العمل والمجالس واللجان، فضلاً عن تحويل نموذجها التنظيمي بأكمله إلى «عمل قيد التنفيذ». مصطلح إعادة الاختراع، على أي حال، لا يعبر عن مدى تأثير القوى التي دفعت الموظفين في سيسكو إلى إعادة تنظيم وهيكلة ممارسات العمل وإعادة النظر فيها، لكن إعادة اختراع سيسكو لنموذج أعمالها الخاص بالسفر في نطاق العمل مثال واضح. في أعقاب الأزمة المالية العالمية عام 2008، وإلى جانب توجيهات تشيمبرز بضرورة تقليل الشركة انبعاثات الكربون الناتجة عن السفر بنسبة 20 ٪، ابتكرت سيسكو سياسة سفر جديدة مصممة لتوفر ملايين الدولارات سنويًا. في البداية، طلبت الإدارة

(1) *The Economist* (2009) «Reshaping Cisco: The World According to Chambers», 27 August.

العليا من الموظفين عدم السفر بين المدن لحضور اجتماعات الشركة الداخلية ما أمكن، وبدأت في الوقت ذاته تخطط لإجراء إصلاح شامل لرحلات العمل في شركة سيسكو حول العالم.

لتحقيق ذلك عينت سيسكو سوزان ليشتنشتاين، مديرة تنفيذية متخصصة في إدارة السفر والاجتماعات، لإصلاح سياسة السفر، وتحسين التعاون المؤسسي في كل وحدة عملٍ وبلد، وتحقيق تواصل أفضل في الشركة باستخدام Web 2.0 (جيل الإنترنت الثاني). ليشتنشتاين، المتمرسة في فنون إعادة اختراع الشركات، بدأت في إحداث تحولات سريعة في موضوع السفر، بما في ذلك إلزامية استخدام تذاكر طيران غير قابلة للاسترداد؛ ومراجعة شركاء سيسكو المفضلين من شركات الطيران والسيارات والفنادق؛ والتشجيع على استخدام نموذج الواقع الافتراضي الخاص بسيسكو كبديل للسفر المادي، خاصة لعقد الاجتماعات عبر الإنترنت. من الإنجازات الأخرى التي حققتها في وقت مبكر إنشاء مجلس يدرس إطار عمل متفق عليه لتغيير نظام السفر داخل سيسكو، يتضمن تقديم «لوحة تقرير بيانات» جديدة لكبار المديرين في سيسكو.

لكن قد يكون أهم تجديد حققته ليشتنشتاين هو إلغاء التعارض بين أعراف الشركة وممارساتها المهنية. تضمن ذلك تغيير النظرة إلى العاملين في سيسكو من موظفين إلى مستهلكين. علقت ليشتنشتاين أن «مفتاح الحصول على موافقة المستخدم كان التركيز على تطوير التجربة الاستهلاكية». بالنتيجة أصبحت التغييرات في سياسة السفر

من صنع الموظفين، وانتقلت إليهم مسؤولية تنظيم وحجز وإدارة وحسابات رحلات العمل بعد أن حولوا إلى مستهلكين لخيارات السفر في الشركة. كان استخدام أدوات التواصل الاجتماعي أمرًا بالغ الأهمية لتفعيل شراكة موظفي سيسكو في سياسة السفر، بما في ذلك المدونات والمواقع التفاعلية والمنتديات والاجتماعات الافتراضية. إذًا، بدلًا من نظام سفر تتحكم به الإدارة، قالت ليشتنشتاين إن سيسكو ابتكرت نظامًا يمكن أن يساهم فيه «الجميع» في سياسة السفر وإدارته. كما أوضحت أنه:

«عندما يرى الموظفون إجابات لأسئلتهم المطروحة عبر المنتدى فإنهم يساهمون بالسياسة. طبقت سياستنا بنسبة بلغت 79 ٪. وبلغ اعتماد الحجز عبر الإنترنت على مستوى العالم 75 ٪، في برنامج يشمل بلدانًا يكون فيها معدل التطبيق منخفضًا عادةً، مثل روسيا والصين وقطر. هذا رائع، كل ذلك لأننا تشاركنا الحديث».

كل الجهود التي تحدثتُ عنها تندرج تحت إعادة الاختراع: في حالة سيسكو إدخال التغيير -أي التحولات المستمرة- ضمن النموذج التنظيمي. مثال ذلك تجديد استراتيجيات الشركة المتنوعة من خلال العمل التعاوني بين المديرين التنفيذيين في المجالس واللجان، أو تجديد مجموعات المنتجات التي تركز عليها سيسكو، مع انتقالها في السنوات الأخيرة إلى مجالات تجارية جديدة، مثل الكاميرات الذكية والرعاية الصحية الافتراضية. وكما رأينا، بُذلت جهودٌ مكثفة لابتكار منصة تنظيمية بأسلوب جديد، بحيث تحدث الأمور داخل سيسكو عن

طريق رغبة إعادة الاختراع التي يبديها موظفو الشركة، كما حدث مع إعادة تصميم نظامها الخاص برحلات العمل الدولية. باختصار، أصبحت سيسكو بإدارة تشيمبرز منتدى للتجديد التعاوني، مكن الناس من التغيير، من السفر في اتجاهات عمل معينة دون غيرها. هذا الأسلوب الإداري في سيسكو، المتمثل في التعاون بهدف تحقيق تجديد أفضل، بدأ تجربةً أراد تشيمبرز خوضها ثم انتشرت ببطء إلى جميع جوانب الشركة.

في عصر الأنظمة الرقمية المعقدة، رأى تشيمبرز أن حياته المهنية أصبحت أكثر ثراءً وتعددية، واقترح أن هذا يجب أن ينطبق على الشركات والحياة التنظيمية. كانت المسألة إذًا كيف يمكن مساعدة المنظمات في منع التكرار غير المبرر؛ تكرار ميول مهنية أو مشاغل معينة. قال تشيمبرز: «أصعب شيء قد تفعله كقائد هو تغيير شيء يعمل بشكل جيد. مع ذلك، أعتقد أن الشركات والقادة الذين لا يتغيرون سوف يتخلفون عن الركب، لهذا كان علي الانتقال من نموذج القيادة والسيطرة إلى الإدارة التعاونية». الصورة المتطرفة من فكرة تشيمبرز تقتضي أن ضرورة التغيير لا تقتصر على خطط الشركة التي تبدو متعثرة، بل الخطط والمشاريع التي أبلت بلاء حسنًا في الماضي. بعبارة أخرى، التغيير المؤسسي، في حال نجاحه، يدور حول إتاحة مساحة للأشخاص لإدراك ضرورة التجديد، أو المشاريع الجديدة.

من الصعب أن نقيم بدقة مدى انتشار وعمق تأثير أجندة إعادة الاختراع على مستوى الشركات والحياة التنظيمية. سيسكو، الشركة

الأميركية متعددة الجنسيات والمتخصصة في تكنولوجيا الاتصالات وخدمات الشبكات، تعكس تغيرات معينة في الاقتصاد الجديد، ولا تعكس بالضرورة التغيير التنظيمي في قطاعات أخرى من الاقتصاد، ولو أن الاقتصاد الجديد يمارس تأثيرًا عميقًا على ثقافتنا بشكل أعمّ. لكن إعادة اختراع الشركات تصعب على التقييم لسبب آخر، وهو أن التجديد على المستوى التنظيمي يميل إلى أن يصير ذاتي الدفع، فنلقى كل موجة تجديد للشركات مطالب بتعديلٍ للممارسات والمعتقدات والمسلمات السائدة أعمق وأشمل مما كان مطلوبًا سابقًا. في سيسكو تجلى ذلك مؤخرًا في إعادة تصميم شاملة للهيكل الإداري المبتكر حديثًا، المكون من المجالس واللجان. باختصار قررت سيسكو عام 2011 تقليص عدد اللجان من تسعة إلى ثلاثة ونقل التركيز من الاستراتيجيات واسعة النطاق إلى المنتجات والخدمات. هذا التعديل لفنون إعادة التنظيم ليس مفاجئًا من شركة مثل سيسكو: هذا هو أسلوب شركة متعددة الجنسيات متكيفة بلا عناء في عالم إعادة الاختراع. قد يكون من الجدير أن نسأل لماذا ما كان صائبًا بمنظور الشركات حتى فترة قريبة لم يعد صائبًا الآن؟ ما الذي تغير بالضبط؟ يمنحنا تشيمبرز ملمحًا من ذلك: «الشركات والقادة الذين لا يغيرون سوف يتخلفون عن الركب». العمل التجاري، كما هو الحال دائمًا، يتطلب التغيير، الذي يولد بدوره مزيدًا من التغيير المستمر في حالة لا نهائية من العَود على بدء. المفارقة الغريبة، أن ما يمنح إعادة الاختراع جاذبيتها وفتنتها هو طابعها التجريبي، لكن تلك الطبيعة المفتوحة للتجارب الاجتماعية

بحد ذاتها تعني عدم وجود مرسى. بعبارة أخرى، إن مشروع إعادة الاختراع في الشركات -وهو شيء يقرر القادة والمديرون التنفيذيون إجراءه- ينفذ بوصفه واجبًا. من هذه الزاوية، يمكن القول إن إعادة الاختراع التي أطلقتها سيسكو بإدارة تشيمبرز نشأت عن توسيعه لنماذج تجارب إعادة الاختراع كاملة، والتي كانت الشركة مهيأة لإجرائها.

الأمر ذو الأهمية الأكبر في إعادة صياغة مشروع سيسكو بالكامل بقيادة تشيمبرز هو السرعة. تشير السرعة، بالطبع، إلى القدرة على إنجاز الأنشطة سريعًا، وفي حالة إعادة اختراع شركة سيسكو، ما حصل هو إطلاق العنان لسرعة فائقة. في إعادة اختراع سيسكو التي تمت بإدارة تشيمبرز، لم تستخدم السرعة لخلق عمليات جديدة فقط، ولكن لتدمير غيرها أيضًا. من هذه الزاوية، يصبح التأكيد على السرعة محركًا رئيسيًا في تحويل قابلية الشركة إلى الخفة والتنوع، بدلاً من التخصص أو العمق. من هنا نشأت الشركات الثلاثون التابعة لسيسكو. لكن يوجد منحى آخر لارتباط السرعة بإعادة الاختراع في مجال الشركات. إن تأكيد تشيمبرز على دور السرعة في ظهور شكل إيجابي من التعاون ينسجم مع ثقافة إعادة الاختراع الجديدة للشركات والمؤسسات. لا تتعلق المسألة فقط بإنجاز الأشياء بشكل أسرع، ولكن فهم أن إعادة اختراع الشركة مشروع سرعة تعاوني معقد. ضمن هذا المفهوم، تتضاعف السرعة، فتغير بشكل ملحوظ وتيرة حياة الناس. كتب جون توملينسون في كتابه «ثقافة

السرعة»[1]، أن السرعة صارت تعني الفورية. وشرط الفورية يعني ضغط السرعة إلى أقصى حدودها. بالنسبة إلى تشيمبرز، فهذا في الواقع وصف لشركة سيسكو، بعملياتها العابرة للدول، والتعاون الافتراضي والشبكات العالمية، والائتلافات والفرق.

إعادة اختراع الابتكار: مفتوح، تجريبي، سريع

إعادة اختراع الشركات أساسها السرعة إذن، لكن المفارقة تكمن في أن ثقافة الفورية تهز كل الأسس. إن شرط ونتيجة الفورية، في عالم تجاري قائم على تقنيات الاتصال والشبكات الافتراضية، هو الانتشار والتعدد والتحول المستمر لإمكانيات العمل التجاري. في عالمٍ يتميز بخفض العمالة المستمر ونقل شركات الإلكترونيات إلى الخارج والعقود قصيرة الأجل والتوصيل الفوري والوظائف المتعددة، تعد السرعة الشعار الذي يستمد منه النظام الاقتصادي شرعيته. السرعة التي يمكن بها نيل الصلات والائتلافات والشبكات الجديدة هي السرعة ذاتها التي يمكن بها إطلاق المشاريع الجديدة التي تعظم الأرباح. وكما سنرى في الفصل التالي، فهذه إحدى الطرق التي تنشأ من خلالها الروابط المعقدة بين إعادة الاختراع والسرعة والشبكات العالمية.

إذا كانت السرعة عنصرًا أساسيًا في مجتمع إعادة الاختراع، فمن أسباب ذلك أنها تعجل مسارات التعاون البشري. تدعم ثقافة

(1) Tomlinson, J. (2007) *The Culture of Speed: The Coming of Immediacy.* London: Sage.

الفورية إطار عمل مشتركًا لإعادة الاختراع يعزز التواصل والتعاون والمساهمة. ومن المثير للاهتمام أن مؤسسة الإنترنت الأوروبية، التي تضم مجموعة من أعضاء البرلمان الأوروبي التقدميين، حددت مؤخرًا «المساهمة الجماعية» باعتبارها المحرك الأهم في الابتكار التجاري. ترى المؤسسة أن المساهمة المفتوحة العابرة للحدود ستكون النموذج الأبرز في الابتكار التنظيمي خلال العقود القادمة. هذه الابتكارات المفتوحة والإبداعية العابرة للحدود، التي ركزت عليها المؤسسة الأوروبية، تشمل العديد من المنظمات والمؤسسات الخاصة والمنظمات غير الحكومية وشبكات البحث العالمية والوكالات الحكومية، التي تعمل معًا لتطوير الابتكار في نماذج الأعمال بطرق لا يمكن للشركات الفردية تحقيقها. يبرز هذا الابتكار المفتوح في بعض قطاعات الاقتصاد الجديد، خاصة تكنولوجيا التصنيع. يعكس مثال كندي حديثٌ آليات هذا الابتكار المفتوح، حيث جمع معهد خدمات المواطن في كندا عددًا من الجهات المؤسسية المؤثرة من خلال شراكات إبداعية بين القطاعين العام والخاص، وشركات التكنولوجيا الرقمية الناشئة، وإعادة هندسة العمليات التجارية، والتعهيد على مستوى الخدمات. فكانت النتيجة، وفقًا لمارتن كورلي رئيس مجموعة الاتحاد الأوروبي للابتكار المفتوح والاستراتيجية، تحسين خدمات المواطنين بتكاليف أقل بكثير.

هل يعد نموذج الأعمال الذي طرحته مؤسسة الإنترنت الأوروبية، القائم على «الابتكار المفتوح»، وهمًا جميلًا؟ ربما. لا شك

أن النجاح في ابتكار المنتجات والخدمات والتكنولوجيا صعب بما فيه الكفاية، حتى عندما تكون الظروف الاقتصادية مواتية. لكن نموذج الأعمال القائم على الابتكار المفتوح لا يقتصر على الابتكار في المنتج أو الخدمة، بل يتعلق أيضًا، وبشكل أساسي، بالابتكار على مستوى الهيكل التنظيمي. الابتكار بهذا المعنى يتعلق بإعادة الاختراع التنظيمية، التي يمكن أن تولد بدورها قيمة مضافة للشركة أو المنشأة أو المؤسسة التي تطور الابتكار. تعد شركات مثل سيسكو وآبل من المبتكرين البارزين في هذا الصدد.

من المؤكد أن أنصار الأشكال العابرة للحدود من الابتكار المفتوح -مثل كورلي- محقون في تأكيدهم على الحركية الإبداعية الناتجة عن مثل هذا التعاون الجماعي. لكن ما هو على المحك هنا، كما أعتقد، هو الاعتراف الواضح بأن الابتكار يتوقف على التجارب: على الجمع بين المساهمين، والجماعات، والمستشارين، والباحثين وغيرهم؛ على تجربة الأشياء واختبارها، دون أي يقين من النتيجة. العنصر التجريبي لكثير من عمليات إعادة الاختراع هو قوة مقلقلة ومدمرة وذات نهاية مفتوحة، تكسر قالب الممارسات التنظيمية التقليدية وتعيد صنع عناصرها البشرية بالنتيجة. الدعوة إلى التجريب في حد ذاتها مطلب هدام، إنه يدعو النساء والرجال إلى تجاوز الطرق المتبعة في فعل الأشياء والأساليب المعروفة في عيش الحياة.

بالإضافة إلى الطبيعة التجريبية للابتكار الأصيل، فهو يعتمد أيضًا على قابلية الحركة، المادية والتواصلية والافتراضية والخيالية.

في عالم التقنية العالية والعولمة الفائقة، «الجماعية» و«المساهمة» هي في الواقع كلمات مقترنة بقابلية الحركة. هذا يعني تعزيز «الحياة كثيرة المشاغل» التي يعيشها نساء ورجال العصر، التي تنسجم مع نوع الوجود الذي سميته مع جون أوري في مكان آخر «الحياة المتحركة». إنها حياة مدمجة ضمن مجموعة من الشبكات المعقدة الكثيفة، التنظيمية والتواصلية والافتراضية. تداول الأفكار داخل هذه الشبكات وعبرها هو مكمن الكثير من «مبادرات الابتكار» في هذا الوقت المبكر من القرن الحادي والعشرين. ما ينشأ هنا، أكرر، هو فرصة أو احتمال للابتكار. الابتكار، خارج عوالم الطرق المنظمة لفعل الأشياء، يكون مفتوحًا وتعدديًا ومدمجًا في شبكات متعددة الأبعاد عابرة للحدود. إنه قبل كل شيء، تجريبي وسريع على نحو جذري. لكن خوض غمار إعادة الاختراع التجارية يعتمد بشكل حاسم على إمكانية الوصول إلى مثل هذه الشبكات. والمهم بشكل خاص هو إمكانية الوصول إلى المعلومات -إنتاجها وتداولها ونقلها- ومعرفة كيفية التنقل في مجال الشبكات المتوسعة وعبره. هذا يثير السؤال الشائك حول ما تتضمنه الشبكة وما يستثنى منها، وظهور شبكات إعادة الاختراع، وهو موضوع الفصل التالي.

5

شبكات إعادة الاختراع

ما النوع الجديد من إعادة الاختراع الذي يقتضيه هذا العصر؟ بالنسبة إلى أبناء جيل الألفية، الذين ولدوا بين عامي 1979 و1990، تنتمي إعادة الاختراع إلى عالم وسائل التواصل الاجتماعي المتاحة على مدار الساعة وتعدد المهام التقنية وسياسة المعلومات. ينظر أبناء هذا الجيل، المعروف أيضًا باسم جيل الإنترنت أو iGeneration أو MyPod Generation، نظرة شك إلى تعليمات ومنتجات وخدمات إعادة الاختراع الجاهزة، ويفضلون إنشاء حسابات إعادة الاختراع الخاصة بهم، المصممة بشكل «منشورات» و«تحديثات الحالة»، ومدونات أو مقاطع فيديو تنشر في تويتر أو ماي-سبيس أو يوتيوب. ما تنشره على الإنترنت اليوم يحدد من أنت. بذلك، تصبح إعادة الاختراع رقمية، وتعني، من بين أمور أخرى، الصفحة الرئيسية والصفحة الشخصية وجهات الاتصال والروابط والوسوم؛ باختصار، تعني وسائل التواصل الاجتماعي والتكنولوجيا الرقمية. هذا في الحقيقة طرح جديد لإعادة الاختراع بشكل فيسبوك.

إن ظاهرة فيسبوك جديرة بأن ننظر فيها بإيجاز فيما يتعلق بالطرح الجديد لإعادة الاختراع، ولو لمجرد أن أكثر من ثمانين بالمئة من جيل الألفية الراقي يستخدم فيسبوك يوميًا. كان لفيسبوك عام 2012 ما يقرب من 800 مليون مستخدم في جميع أنحاء العالم، ويقدر أن يتجاوز هذا الرقم المليار في المستقبل القريب. نظرًا إلى أن الشركة بدأت كشبكة تواصل اجتماعي خاصة بطلاب جامعة هارفرد، فقد كان النمو الذي شهدته أُسّيًّا، بل إن بعض المحللين قدروا قيمتها بأكثر من 100 مليار دولار. وتحقق فيسبوك الجزء الأكبر من إيراداتها من الإعلانات الظاهرة على جانب من صفحة آخر الأخبار، لكن إحدى الميزات الرئيسية التي تقدمها هي إعادة الاختراع الرقمية. يتعامل العديد من المستخدمين مع فيسبوك كمنصة واحدة متكاملة لنشر التفاصيل الشخصية وآخر الأخبار، بالإضافة إلى الأمور التي تؤثر في حياتهم الخاصة والمهنية. يرى البعض في هذا الظهور للهويات الرقمية إمكانياتٍ جديدة للتجريب والتجديد الذاتي، وبزوغَ معالم حدود رقمية جديدة، تؤدي القدرة على «نشر الهويات» فيها، من خلال تفاعل غير محدود مع آخرين بعيدين، إلى ظهور أشكال جديدة من المجتمعات وتصنيفات جديدة للصداقة. من وجهة النظر هذه، تستغل فيسبوك، وتحدّث في الوقت ذاته، الطرق القديمة لإعادة اختراع الذات بالمقارنة مع الآخرين، عن طريق إعادة تشكيل الهوية من خلال لقاء «الغرباء» عبر الإنترنت.

لكن محللين آخرين يختلفون بشدة مع هذا الرأي. فمواقع التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، لا تتيح إعادة اختراع الذات من خلال التفاعل مع الآخرين، ولو أن هذا يحدث غالبًا. بل تتيح التعبير عن الفردانية الشبكية وتغييرها وإعادة اختراعها. هذا يعني أن شباب المستقبل الذين يسجلون الدخول إلى فيسبوك من خلال جهاز أيفون أو بلاكبيري، منغمسون في تبادل جهات التواصل واستعراض الشبكات. من وجهة النظر هذه، فإن الجديد في إعادة الاختراع اليوم هو إعادة تصميم الصفحة الرئيسية وتعديل الروابط وإعادة بناء الشبكات. إعادة الاختراع في هذا السياق تعني الحديث والإعلان عن الشبكات الاجتماعية عبر الإنترنت وخارجه. «مواقع التواصل الاجتماعي» كما كتب سام هان، «تتيح تجسيد الشبكات الاجتماعية الموجودة أساسًا لدى المستخدمين خارج نطاق الإنترنت»[1]. بعبارة أخرى، باستيراد الروابط والشبكات القائمة خارج شبكة الإنترنت، تتولى مواقع التواصل الاجتماعي مهمة إعادة الاختراع الحيوية من خلال تطورات الساحة الرقمية التي تشمل الصفحة الرئيسية، وآخر الأخبار، والوسوم، والتحميل والنشر. بهذا المزج المستحدث بين الإنترنت وخارجه، كما سنرى لاحقًا، تعيد منصات الويب مثل فيسبوك وتويتر تشكيل مجال إعادة الاختراع بأكمله.

(1) Han, Sam (2011) *Web 2.0*. London and New York: Routledge.

لقد برزت الفوائد والمتطلبات الجديدة لإعادة الاختراع الرقمية في عالمٍ ازدادت فيه أهمية الشبكات بشكل كبير. كتب محلل الخوارزميات فريتجوف كابرا أننا «أينما نرَ الحياة نرَ الشبكات»[1]. مفهوم الشبكات ظهر لتحليل الروابط التي تنشأ بين الناس من خلال اللقاءات الشخصية عمومًا، والروابط الرسمية وغير الرسمية بين الجماعات والمنظمات والمؤسسات. لكن فكرة الشبكة شهدت في عصرنا تحولًا نوعيًا نتيجة تبعات العولمة المتقدمة. فالشبكات اليوم تضم مجموعة من التقنيات والبثوث والمحطات والأقمار الصناعية، تعكس حدوث إعادة هيكلة معقدة للزمان والمكان على نطاق مذهل. تشكل هذه التحولات ما يسميه يوخاي بنكلر في كتابه ثروة الشبكات ظهورَ «الاقتصاد المعلوماتي الشبكي»[2]. أن يكون الاقتصاد العالمي شبكيًا ومنظمًا من خلال تكنولوجيا الاتصالات الفورية والمتزامنة، هي فكرة توسع تأثير إعادة الاختراع نحو مجموعة من النظم والمنصات ونقاط الاتصال المختلفة. كذلك فإنها، كما سنرى، عامل أساسي في كيفية ترابط الشبكات المعاد اختراعها وتداخلها مع غيرها من شبكات إعادة الاختراع.

---

(1) Capra, Fritjof (1996) *The Web of Life: A New Scientific Understanding of Living Systems*. New York: Anchor Books.

(2) Benckler, Yochai (2006) *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.

لكن هذا سابق لأوانه. كيف تتقاطع الشبكات بالضبط مع الاقتصاد العالمي؟ هنا تعد آراء عالم الاجتماع الإسباني مانويل كاستلز ذات أهمية كبيرة، حيث وصف، في كتابه الرائد «مجتمع الشبكة»، ظهور اقتصادات ومجتمعات وسُلطات الشبكة. يرى كاستلز أن تكنولوجيا المعلومات أطلقت شبكات قادرة على معالجة المعلومات بكمّ وسرعة مذهلين، فتصل شبكات في جانب من العالم بشبكات على الجانب الآخر منه بصورة شبه فورية؛ وأن المجتمع تحول إلى «فضاء من التدفقات مكون من أماكن متصلة بالشبكة». هذه «التدفقات الأبدية» و«الأماكن المتصلة بالشبكة» تسهل الاتصالات الرقمية في جميع أنحاء الكوكب، المكونة من تفاعل غير مباشر على مسافات كبيرة من الأماكن المادية التي توجد فيها الجهات الاجتماعية الفاعلة. شبكات الاتصالات المعلوماتية بسطت نفوذها، من سيدني إلى سان دييغو ومن بكين إلى بانكوك. يحدد كاستلز ثلاث سمات رئيسية لمجتمع الشبكة أذكرها هنا بإيجاز. أولاً، يتشكل «فضاء التدفقات» اليوم من خلال *دارات المعلومات والبنى التحتية للاتصالات* التي تمكن الأفراد والمنظمات من التواصل بشكل فوري وعلى نطاق عالمي. من وجهة النظر هذه يمكن اعتبار المشاريع التجارية والشركات حزماً من المعلومات الرقمية الفورية التي تنسق العرض والطلب الاقتصاديين. من خلال تبادل المعلومات الرقمية تستطيع المؤسسات المتصلة بالشبكة، وبلمسة زر في وقتنا الحالي، مراقبة المخزون والتحقق من الميزانيات والاتصال بالعملاء وتوظيف العاملين وتوسيع نطاق تطوير المنتجات وتحسين إدارة المشاريع. ومن خلال تحميل البرامج

الحاسوبية وتحديثها وتكاملها، تحدد الشركات والمنظمات الكبيرة مواعيد تأمين السلع والخدمات للعملاء. ثانياً، تصبح نقاط الوصل أساسية للتواصل بين الأشخاص والمنظمات عبر مسافات كبيرة. إنها تلغي اقتران العلاقات الاجتماعية بالسياقات المحلية، مع ازدياد اعتماد المنظمات على التكنولوجيا الرقمية. على سبيل المثال، عندما تفكك الشركات متعددة الجنسيات التنظيم المحلي لعمليات الإنتاج، فإنها تعيد تنظيم سلاسل الإنتاج من خلال عقد وصل في العديد من البلدان حول العالم، فتصبح نقاط الاتصال بذلك مرتبطة بأماكن معينة. لكن هذه المواقع الثابتة تظل مرنة وتعتمد عمومًا على مزايا التكلفة بالنسبة إلى شركات ومنظمات محددة. على سبيل المثال، كانت نقاط التصنيع طوال التسعينات وبدايات الألفين مركزة في الصين وماليزيا، ودعم العملاء في الهند والفلبين، والهندسة في روسيا والولايات المتحدة والتصميم في تايوان. في العالم الشبكي، تستخدم الشركات متعددة المنتجات نقاطًا متصلة فيما بينها بهدف تعهيد سلسلة توريد عملياتها لطرف خارجي، أو تصديرها إلى خارج البلاد أو إعادة توطينها. ثالثاً، تلغي الشبكات مركزية علاقات السلطة القائمة. يرى كاستلز أن السلطة اليوم أصبحت منتشرة ومتنقلة وسائلة مكانيًا، وكتب: «ليس للشبكة مركز، إنها تعمل بمنطق ثنائي: التضمين-الاستبعاد. كل ما في الشبكة مفيد وضروري لوجود الشبكة»[1].

(1) Castells, M. (2000) *The Rise of the Network Society*. Malden, MA: Blackwell.

ما أهمية الشبكات العالمية بالنسبة إلى سرعة وانتشار إعادة الاختراع؟ لا يتناول كاستلز ذلك بشكل مباشر، لكن باستطاعتنا توسيع نظريته الاجتماعية الخاصة بالشبكات لتحليل هذه المسألة. أرى أن الشبكات توسع نطاق إعادة الاختراع بشكل بالغ؛ إن مجال إعادة الاختراع بأكمله يتغير نتيجة التوسعات التكنولوجية التي أحدثتها الشبكات العالمية. خذ مثلًا فيسبوك مرة أخرى، خاصة مسألة نشر المعلومات الشخصية للمستخدمين. «الصفحة الشخصية» للمستخدم أساسية لا لنشر المعلومات الشخصية وحسب، بل لعرض مختلف أنواع الروابط الاجتماعية والمهنية. الصفحة الشخصية هي المكان الذي يلتقي فيه الخاص بالعام، والروابط الشخصية بالتواصل الشبكي. عندما يعرض المستخدم معلومات حول سنه وجنسه وتعليمه ومكان عمله، بالإضافة إلى خيارات حياته مثل النشاطات الترفيهية والهوايات، فإنه لا يبني صورة ذاتية فحسب، بل وصورة للروابط الشبكية. الصفحة الشخصية هي بالتأكيد شكل من أشكال «الكتابة الذاتية» التي تهدف إلى استعراض سلاسل الوسطاء، والأصدقاء المشتركين وروابط الزمالة. يتحقق هذا التضخم الشبكي في فيسبوك من خلال وظيفة «الجدار»، الذي يسمح للمستخدمين الآخرين بالتواصل أو ترك تعليق أو مشاركة رابط. وكما في معظم مواقع الشبكات الاجتماعية، فإن الصفحة الشخصية في فيسبوك قابلة للتغيير دائمًا، وهي أشبه بـ«مستوعب» لنقاط انتهاء شبكة وبدء غيرها.

في هذا العالم الشبكي، أهم شيء بالنسبة إلى إعادة الاختراع هو الترابط والتداخل بين الشبكات نفسها؛ هو العثور على جهات اتصال معروفة داخل شبكة ما، أو اكتشاف زميل أو صديق مشترك عبر سلسلة قصيرة من المعارف، يدفع الناس إلى القول «ياله من عالم صغير». فكرة وجود تداخل بين شبكات الأفراد الخاصة ترسخت بعبارة «مسافة ست درجات»، التي تقتضي أن ما بين الناس من الروابط ست خطوات وسطيًا، تفصل أي شخص عن آخر على هذا الكوكب. لكن نتيجة تقنيات المعلومات الجديدة وانتشار الشبكات العالمية، انكمش العالم أكثر من ذي قبل. تشير آخر الأبحاث إلى أن متوسط عدد المعارف الذي يفصل بين أي شخصين في العالم ليس 6 بل 4.74، وكان هذا الاكتشاف نتيجة تجربة بحثية أجريت على 721 مليون من مستخدمي فيسبوك، وهي مجموعة ليست بالضئيلة نظرًا إلى أنها تمثل أكثر من عُشر سكان العالم. نتج الرقم الجديد 4.74 المعبر عن صغر العالم، عن حساب عدد كبير من المسارات النموذجية بين مستخدمي فيسبوك، وهو يحمل دلالة قوية على الترابط بين الشبكات والمعارف والتدفقات المعلوماتية.

إعادة اختراع الروابط ورأس المال الشبكي

اقترحت في هذا الفصل أن إعادة اختراع الحياة والعلاقات تغيرت جذريًا من خلال تكنولوجيا الاتصالات الجديدة، خاصة شبكات التواصل العالمية. فظهور التقنيات الرقمية الجديدة، وتحديداً

المجموعة الواسعة من الأجهزة والتطبيقات التكنولوجية التي تشكل عصب شبكات التواصل التفاعلي العالمية، أدى إلى تغيير كبير في الأعراف الاجتماعية والصيغ الثقافية التي يعاد اختراع الهويات من خلالها. إذا كان النساء والرجال يستمتعون بمشاركة منشورات على مواقع مثل تويتر وفيسبوك، فذلك يرجع جزئيًا إلى أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يشكل روابط تفاعلية وعلاقات مشتركة جديدة محورها الاهتمامات المشتركة. التواصل في العصر الرقمي لا يودي إلى العزلة بالضرورة، ويمكن القول بوجود إمكانية لتضخم إعادة الاختراع من خلال الدوامة اللانهائية من الرسائل القصيرة والمدونات ومدونات الفيديو والمواقع التفاعلية وبرامج البودكاست وغيرها.

في الوقت ذاته تصبح الممارسات الشبكية أساسية في صنع تعريفات جديدة للذات، إما أن تكون عابرة أو في غاية الأهمية. لقد اقترحت أن انتشار الإنترنت والوسائط الرقمية والاتصالات اللاسلكية وأدوات متنوعة من البرامج المبتكرة، وثيق الصلة بـ«انكماش» درجات تباعد كل شخص عن أي شخص آخر في العالم، الذي يُعرف بـ«نظرية العالم الصغير». وأن زيادة سعة النطاق الترددي العريض، والبرمجيات الإبداعية مفتوحة المصدر والأشكال الجديدة من التواصل الرقمي تقلص درجة تباعد سكان العالم أكثر فأكثر. يمكن تصور ذلك على أن شبكات التواصل العالمية تقحم الأفراد من مختلف القطاعات (الثقافية والاجتماعية والاقتصادية)

في مكان واحد بشكل عبثي. إننا نشهد اليوم، على شبكة التواصل الرقمي، إعادة صياغة فائقة السرعة لقواعد وأنظمة ومنافع التفاعل الاجتماعي، يرافقها ظهور توليفات جديدة من الاختلاط والتجريب وإعادة الاختراع.

بمعنى ما، فإن نقلة إعادة الاختراع التي أطلقتها شبكات المعلومات المتصلة عالميًا عبر الإنترنت لم تؤدّ إلا إلى تكثيف الممارسات الاجتماعية القائمة. خذ مثلًا الشبكات الاجتماعية بمعناها الأوسع. تقليديًا، تتأتى إحدى فوائد التواصل مع الآخرين - على مستوى نفعيّ بحت- من الفرص الجديدة، الشخصية والمهنية، التي تظهر داخل أي شبكة. تحدث عالم الاجتماع مارك غرانوفيتر من وجهة النظر نفسها عن «قوة الروابط الضعيفة»[1]، وأظهر بحثه الذي أجراه في الثمانينات أن أكثر من 80 ٪ من الأشخاص الباحثين عن عمل استطاعوا الاستفادة من عون آخرين تربطهم بهم معرفة سطحية للمساعدة في تأمين وظيفة جديدة. وعلى شاكلة القول المأثور «ليس المهم ما تعرفه، بل من تعرفه»، يرى غرانوفيتر أن روابط المعرفة الضعيفة أساسية لنجاح البحث عن الوظائف، وبالتالي، للعديد من عمليات إعادة الاختراع الأخرى. لكننا إذا انتقلنا من الثمانينات إلى العقد الثاني من القرن الحادي والعشرين، بدا لنا أن شيئًا آخر، جديدًا تمامًا، يعمل تأثيره فيما يتعلق بـ«قوة

(1) Granovetter, Mark S. (1983) «The Strength of Weak Ties: A Network Theory Revisited», *Sociological Theory*, Vol. 1, pp. 203–233.

الروابط الضعيفة» بعد دخولها ضمن الشبكات الرقمية. انظر مثلًا كم وسع الإنترنت وتقنيات الاتصالات الرقمية مدى تأثير الروابط الضعيفة، خاصة فيما يتعلق بالخيوط المتشابكة للعولمة والرقمنة والتواصل الشبكي.

الملفت للنظر اليوم في قوة الروابط الضعيفة هو دخولها ضمن شبكات إعادة الاختراع. لا بد أن إعادة الاختراع تعمل في نطاق مختلف من خلال شبكات التواصل وبنية الإنترنت، بدايةً بأن شعار إعادة الاختراع لا يرسل للمقربين فقط في الشبكة الاجتماعية، بل ينشر ويرسل ويغرد به في عديد من مواقع التواصل الاجتماعي، تويتر وتمبلر وفيسبوك ولينكد-إن ويوتيوب. والتغيير الآخر في تعبير الفرد عن رغبته بإعادة الاختراع ينبع من زيادة القدرة التواصلية عبر الشبكات اللاسلكية. يستطيع الأشخاص اليوم، بفضل رسومات وواجهات الكمبيوتر المطورة، رفع محتوى للمشاركة من صور وفيديو عبر تطبيقات تحرير الوسائط مثل iPhoto من Apple. ويعد رفع الصور وبث الفيديو أشكالًا مفضلة لإنتاج واستهلاك المحتوى لدى جيل الشباب في جميع أنحاء العالم، مما يذكر باتساع منصة إيصال العديد من منتجات إعادة الاختراع الرقمية.

شكّل كل هذا مكسبًا غير متوقع لكثير من الشركات والمنظمات التي باتت الآن قادرة على التنقيب في مواقع التواصل الاجتماعي بحثًا عن مرشحين للتوظيف. من المؤكد أن جزءًا كبيرًا من عملية التوظيف يحدث اليوم من خلال استفادة أرباب العمل من الشبكات

الاجتماعية لموظفيها. ما نتحدث عنه هنا هو أن المنظمات قادرة على الاستفادة من أحدث التطورات التكنولوجية- مثلًا، استخدام برامج معينة للبحث عن الملفات الشخصية للعاملين عبر لينكد-إن، دون أن تفك ارتباطها بالمعرفة التنظيمية أو السياق المحلي، لهذا السبب تستخدم أدوات التوظيف التكنولوجية جنبًا إلى جنب مع التوصية الشخصية من الموظفين. استفادة أرباب العمل من قوائم الشبكات الاجتماعية لموظفيهم تعتمد، بالطبع، على عملية إحالة شخصية، يتفق عليها عادة بتقديم مكافآت للموظفين الذين يساعدون في مهمة التوظيف. كذلك فإن من التحولات في مشهد الحياة المهنية اليوم أن تدفع الشركات مقابل خدمات التوظيف المقدمة من شركات مثل Jobvite أو Appiro، التي تتحرى المرشحين للتوظيف عبر دعوات البريد الإلكتروني بالإضافة إلى شبكات التوصية ومكافآت التوصية. مرة أخرى، مواقع التواصل الاجتماعي هي المكان الذي يجتمع فيه صاحب العمل والموظف، والتغير وإعادة الاختراع.

إن صورة الاقتصاد الجديد كشبكة، أو شبكة من الشبكات (الإنترنت مثلًا)، المكونة من صلات بعيدة متداخلة بدقة، لها تبعات مهنية أيضًا بالنسبة إلى الأفراد. أولًا، ليست الشركات والمؤسسات وحدها السباقة في استغلال مواقع الشبكات الاجتماعية لإنجاز الأمور بطريقة أفضل، بل صار العاملون أيضًا يلقون تشجيعًا على رؤية وسائل التواصل الاجتماعي تمرينًا في خلق هوية تسويقية شخصية. يبدو هذا إذن مبررًا للاستفادة من الملفات الشخصية المهنية

في الفضاء الشبكي. إن تشابك الصلات الشبكية بحد ذاته، والذي يعني أن إعادة الاختراع تعادل التسويق الشخصي عبر الإنترنت، يؤكده المرشد الأميركي للتسويق الشخصي دان شوبل[1] في القواعد الخمس التالية لإعادة الاختراع عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

1. استفد من تشعب علاقاتك في الشبكة الاجتماعية.
2. استخدم تطبيقات الواقع المعزز والبحث عن الوظائف.
3. ابنِ لنفسك تأثيرًا على الإنترنت.
4. استخدم الوسائط المتعددة عوضًا عن السيرة الذاتية الورقية.
5. حوّل نفسك إلى إعلان.

لا شك أن في ترديد شوبل اللانهائي لشعار «أنت تستطيع» جرعة كبيرة من القدَرية. فإعادة الاختراع بالنسبة إليه أمرٌ بشري دون قيود خارجية أو وجهة نهائية. نظرًا لافتقار الشبكات إلى مركز، أو نقطة محورية تسمح للفرد بتحقيق إعادة اختراع دائمة للذات، فإن الفعل الوحيد الممكن هو نشر رسالة إعادة الاختراع الخاصة بك عبر أكبر عدد ممكن من الصلات والشبكات ونقاط الوصل. بالتالي، فإن إعادة الاختراع عبارة عن روابط تزداد بلا حدّ، وتواصل غير مدبّر وحركة غير مرتقبة. الحركة هي بالتأكيد جوهر هذا المبدأ من نواح كثيرة، لأن الاستجابة الفورية والتغيرات السريعة أمور

(1) Schawbel, Dan (2011) «5 Clever Ways to Get a Job Using Social Media», *Mashable Media*, 19 June.

أساسية للتعامل مع الاتصالات شبه الفورية والمتزامنة التي تشكل أساس شبكات إعادة الاختراع.

في عالم التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي والاتصالات اللاسلكية والبرمجيات المبتكرة مفتوحة المصدر، والمدونات، ومدونات الفيديو، والمواقع التفاعلية، تظهر مرونة إعادة الاختراع في إطار «الحياة كثيرة الحركة». في كتاب سابق بعنوان «الحياة المتنقلة»[1]، عملت مع جون أوري على تطوير فرضية أن تسريع التنقل الذي يشكل أساس حياة الناس اليوم، ليس السفر المادي وحسب بل التنقل التواصلي والافتراضي أيضًا، يؤدي دورًا محوريًا في إعادة تشكيل إعادة الاختراع من ناحية المرونة والليونة وقابلية التكيف والتغيير الفوري. حياة الكثيرين في الشمال الغني اليوم تشهد تحولًا نتيجة أنظمة التنقل الافتراضي بالغة التعقيد، مثل أجهزة الكمبيوتر المحمولة والهواتف المحمولة، والعمل عن بعد والتكنولوجيا الروبوتية، وكذلك المدونات والاجتماعات الافتراضية. لكي نفهم إعادة اختراع الحياة كثيرة الحركة، استحدثت مع أوري مصطلح «رأس المال الشبكي»، الذي تنشأ منه موارد التواصل الشبكي، بالإضافة إلى تأطيرٍ للتواصل مؤكد للذات، بهدف المشاركة في شبكات إعادة الاختراع. في تطويرنا للفرضية، حددنا ثمانية عناصر أساسية لرأس المال الشبكي:

---

(1) Elliott, A. and Urry, John (2010) *Mobile Lives*. London and New York: Routledge.

1. مجموعة كبيرة ومتنوعة من الوثائق والتأشيرات والأموال والمؤهلات المناسبة التي تتيح التنقل الآمن لجسد المرء من مكان أو مدينة أو بلد إلى آخر.

2. آخرون بعيدون (زملاء العمل والأصدقاء وأفراد الأسرة) يقدمون الدعوات والاستضافة والاجتماعات بحيث يمكن الحفاظ على الأماكن والشبكات خلال الزيارات والتواصل المتقطعين.

3. إمكانيات الحركة المتعلقة بالبيئة: المشي لمسافات في بيئات مختلفة، والقدرة على رؤية وركوب وسائل نقل مختلفة، القدرة على حمل أو نقل الأمتعة، توفر جداول معلومات زمنية مقروءة، القدرة على الوصول إلى المعلومات المحوسبة، على ترتيب وإعادة ترتيب الاتصالات والاجتماعات، القدرة أو الكفاءة مع الرغبة باستخدام الهواتف المحمولة والرسائل النصية والبريد الإلكتروني والإنترنت وسكايب، وهلم جرًا.

4. المعلومات ونقاط الاتصال غير المرتبطة بالمكان: المواقع الثابتة أو المتحركة التي يمكن أن تصل إليها المعلومات والاتصالات وتخزن فيها وتسترجع منها، بما في ذلك الأجندة الحقيقية - الإلكترونية، وقوائم جهات الاتصال، والمجيب الآلي، والسكرتارية، والمكاتب، وخدمات الرد، والبريد الإلكتروني، والمواقع الإلكترونية والهواتف المحمولة.

5. أجهزة الاتصال: لإجراء الترتيبات وتعديلها خاصة أثناء التنقل وبالاشتراك مع الآخرين الذين قد يكونون أيضًا في حالة تنقل.

6. أماكن اجتماع مناسبة وآمنة: سواء في الطريق أو في الوجهة/ات، بما في ذلك المكاتب والنوادي والفنادق والمنازل والأماكن العامة ومفترقات الطرق والمقاهي والمساحات البينية التي تضمن عدم تعرض الجسم للعنف الجسدي أو العاطفي.

7. توفر السيارات والمساحات الطرقية والوقود والمصاعد والطائرات والقطارات والسفن وسيارات الأجرة والحافلات والترام والحافلات الصغيرة وحسابات البريد الإلكتروني والإنترنت والهاتف، وما إلى ذلك.

8. الوقت وغيره من الموارد اللازمة لإدارة وتنسيق ما ذكر في البنود السابقة، خاصة عندما يطرأ خلل في النظام، كما يحدث بشكل متكرر.

رأس المال الشبكي ليس مفهومًا فردانيًا بقدر ما هو فكرة تحركها الاتصالات وتقوم على المعلومات. الأشخاص الذين يتمتعون برأس مال شبكي عالٍ يختبرون درجة عالية من التنقل الجغرافي والصلات المؤسسية الواسعة، ويشعرون بالراحة في العديد من البيئات المتنوعة وأثناء عبورها. مكمن الأهمية هنا هو المعلومات -إنتاجها ونقلها وتداولها، وقبل كل شيء، مشاركتها. أن تمتلك رأس مال شبكي مرتفع يعني أن تكون جزءًا من مجال من الشبكات المتوسعة باستمرار، وهذا هو جوهر «الحياة المتنقلة». بصياغة مصطلح «رأس المال الشبكي»، أردنا التأكيد على أن التكنولوجيا وحدها لا تفعل شيئًا، والتنقل وحده لا يفعل شيئًا. المهم هو التبعات الاجتماعية لهذا التنقل

التكنولوجي. المهم هو تكوين شبكات يكون وجود «الآخرين» فيها غير مادي في الغالب. رأس المال الشبكي إذن يعتمد على إمكانية تكوين علاقات اجتماعية والحفاظ عليها، مع آخرين ليسوا على مقربة بالضرورة، مما يؤدي إلى منفعة مالية وعملية (ولو أن هذا يقتضي غالبًا أدوات وتقنيات عديدة، أو وسائل التواصل الشبكي). بالتالي فإن رأس المال الشبكي، بصورة عامة، منظم حول روابط اجتماعية زائلة لكنها مكثفة ومركزة وسريعة ومكتظة. يكاد الالتزام العاطفي الذي تقوم عليه الروابط المستمرة يختفي، وتستدام معظم صلات الشبكة افتراضيًا، مع بقاء ضرورة الاجتماع وجهاً لوجه من حين لآخر. ومع انتشار هذه الروابط عبر الشبكات العالمية، تزداد شبكات الروابط العاطفية الضعيفة اتساعًا.

أعباء جديدة: حدود إعادة الاختراع الشبكية

بلغ عصر الإنترنت الأول ذروته في السنوات الأخيرة من القرن العشرين. هذا العصر، الذي شهد ابتكارات تكنولوجية كبرى وما رافقها من ازدهار مختلف الشبكات العالمية، معقدٌ ومتناقض بلا شك. لكن يوجد روابط واضحة بين وصول عصر الإنترنت وظهور أساليب جديدة لتغيير الهوية وإعادة الاختراع الثقافي عمومًا. أحسنت عالمة الاجتماع الأميركية شيري توركل في كتابها «الحياة على الشاشة»[1]، وصف إمكانات هذه الفترة، على الأقل فيما يتعلق بإعادة

(1) Turkle, Sherry (1995) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York: Simon and Schuster.

الاختراع. من خلال التركيز على الجيل الأول من غرف الدردشة عبر الإنترنت ومواقع الواقع الافتراضي القائمة على النص، لفتت توركل الانتباه إلى احتمالات أن يجزّئ التواصل الرقمي هوياتنا ويعيد اختراع حياتنا. من المسائل المهمة في كتاب توركل انتشارُ «الجنس الرقمي»، خاصة تأثيره على إعادة اختراع الذات، التي تمارس من خلال تجريب أسماء مستعارة وغيرها من الواسمات اللغوية للهوية. وفقًا لتحليل توركل، فإن الجنس الرقمي مغير ومتغير بطبيعته. يمكن للأفراد بنقرة من الماوس إعادة اختراع أنفسهم، والتنقل بيسرٍ من المغازلة إلى التشبه بالجنس الآخر، من الممارسات السادومازوشية إلى الفيتشية[1]. كتبت توركل، على سبيل المثال، عن شاب اكتشف أن صديقته تنتحل صفة رجل على الإنترنت وتمارس الجنس الرقمي مع شخصيات نسائية في غرف الدردشة. إعادة الاختراع، وفقًا لتوركل، مطبوعة في الآليات الافتراضية للجنس الرقمي، كأنها التقنيات العابثة لما بعد الحداثة بتأثير مضاعف.

لكن وصول الألفية الجديدة وظهور وسائل التواصل الاجتماعي لم يرافقه توقعٌ لمدى تأثير إعادة الاختراع الرقمية. وعندما زادت مواقع التواصل الاجتماعي عمق وتنوع عملياتها، تحطم هدف

---

(1) Fetishism: حالة يستبدل فيها الموضوع الجنسي السوي بموضوع آخر متصل به ولكنه غير موائم على الإطلاق للهدف الجنسي السوي. وبديل الموضوع الجنسي هو بالإجمال جزء من الجسم غير موائم كثيرًا لهدف جنسي (الشعر، القدمان) أو موضوع جامد يمت بصلة وثيقة إلى الموضوع المحبوب، وفي المقام الأول جنسه (قطع من ثيابه، لباسه الداخلي). المصدر: ثلاثة مباحث في نظرية الجنس، سيغموند فرويد. ترجمة جورج طرابيشي. ص29.

التحكم بهوياتنا الرقمية، بتجزئتها وانتشارها وإعادة اختراعها. وتبدى عوضًا عن ذلك الواقع المؤلم للحياة الافتراضية: وهو أن إعادة اختراع الهويات الرقمية عملية علنية ودائمة في الوقت ذاته، تلصق أو تنشر «إلى الأبد»، وتسترد بنقرةٍ واحدة. من وجهة النظر هذه يمثل الإنترنت موت النسيان. بالتالي، فيما يتعلق بمخاطر العصر الرقمي، يوجد شيء مخيف حول دوام ذاكرة الإنترنت. فالعالم الذي يسجل فيه كل شيء، إذن، هو وضعنا الطبيعي الجديد، حيث يمكن استرداد كل منشور وصورة وتغريدة وكل تدوينة وكل فيديو بلحظة. يتبين إذن أن وسط إعادة الاختراع الذي كان يبدو واعدًا وجذابًا وذاتي التوسع، يحدّ في الواقع من النطاق المحتمل للهويات العامة والخاصة. إذا كان الإنترنت لا ينسى أبدًا، فإن هذا يحدد قدرة الجميع -من القادة السياسيين والمشاهير إلى المواطنين- على التحكم بنوع المعلومات الشخصية التي يمكن الوصول إليها واسترجاعها وإعادة نشرها في سياقات التواصل المختلفة. وبدلاً من إعادة اختراع غير محدودة، نجد شبكة من الندم، يكون فيها ما مضى من لحظات الضعف المعذور أو الفضيحة الجنسية حاضرًا في العالم إلى الأبد.

قد يكون هذا التصور لعبء أنماط الحياة الرقمية مخيفًا أكثر من اللازم. من جانب آخر، يجلب المزج بين الهويات الرقمية والواقعية إلى المزيد من قطاعات الحياة عواقب اجتماعية جديدة عميقة. كشف استطلاع أجرته شركة مايكروسوفت عام 2012، على سبيل المثال، أن أكثر من 75 ٪ من العاملين في مجال الموارد

البشرية في الولايات المتحدة يبحثون عن المرشحين للوظيفة عبر الإنترنت، ويتحققون من كل شيء، من المدونات الشخصية ومواقع التواصل الاجتماعي حتى نشاطات الألعاب الافتراضية، فإذا كانت الاكتشافات الرقمية المتعلقة بالصورة الرقمية للمرشح فاضحة أو غير لائقة بشكل يتعارض مع متطلبات المهنة المظهرية، من المرجح أن يتبع ذلك الرفض السريع. لطالما كان إجراء بعض التحقيقات حول الخبرة المهنية السابقة للمرشح أو سلوكه الشخصي جزءًا من مهام مسؤولي التوظيف والعاملين في الموارد البشرية. لكن في العالم الجديد الشجاع الذي تتتبع فيه أطراف ثالثة تصفح الإنترنت، فإن الأثر الرقمي للتجارب السابقة في تقديم الذات وتجديدها له تداعيات مختلفة على سلوك الهويات الواقعية.

تدل العديد من المؤشرات على أن «الحياة الشخصية» تخضع للخصخصة على يد بيئة الاتصالات الجديدة. عام 2011 أعلنت فيسبوك -في خطوة قاتلة للخصوصية- أن بعض أقسام الحسابات الشخصية لمستخدميها، التي كانت خاصة سابقًا (بما في ذلك تفاصيل حالة العلاقة العاطفية والصلات الأسرية) ستصبح عامة على الموقع. أطلق ذلك مدًا من الانتقادات، وظهر مارك زوكربرغ الرئيس التنفيذي لفيسبوك في وسائل الإعلام المختلفة مع تطمينات حول إعدادات الخصوصية الجديدة. ولكن تظل لدينا أسباب وجيهة للجزم ببدء حدوث تصفية كاملة للحياة الخاصة في عصرنا الرقمي. منها مثلًا، إعلان مكتبة الكونغرس الأميركي -عام 2011 أيضًا-

أنها سوف تحوز كامل أرشيف التغريدات العامة منذ عام 2006، وتخزنه بشكل دائم. يضم هذا الأرشيف التغريدات العامة طبعًا، لكن يصعب مع ذلك عدم الحدس بظهور تغييرات كبيرة في العلاقات بين المجالين العام والخاص. والخصوصية في هذه الحال ستصبح متعلقة بالمنشورات وشبكات النظراء وبروتوكولات الاتصال.

النقاشات حول الخصوصية في العصر الرقمي ستستمر بلا شك، خاصة لأن تطورات الابتكار التكنولوجي تتوالى بسرعة مدوّخة، مطوحة بالتصنيفات الموروثة التي تقسم الحياة إلى قطاعين الشخصي والعام. لكن ما نلاحظه هنا هو ظهور استراتيجيات مضادة -بعضها مقاوم، والبعض الآخر يسعى للتغيير- تسعى إلى إيصال المخاوف بشأن الخصوصية إلى المجتمع العالمي المعاصر. موّل الاتحاد الأوروبي مؤخراً حملة بعنوان «فكر قبل أن تنشر!»، للتنبيه على الانتشار العالمي للشبكة التي لا تنسى شيئًا. وفي مختلف أنحاء العالم يعمل الناشطون والفنانون على مشاريع «لإحياء النسيان على الإنترنت»، بتسليط الضوء على طرق بارعة لمحو البيانات. لكن لا تطرح جميع هذه الاستراتيجيات المضادة باسم الحقوق أو الصالح العام، فقد دخلت مجموعة من المؤسسات التجارية مجال إفلاس السمعة على الإنترنت، بتقديم خدمات استعادة وإصلاح وحتى حذف المعلومات السلبية عن الأفراد والمنظمات. Reputation Defender – هي إحدى هذه الشركات، ويقال إن لها عملاء في أكثر من مائة دولة، تتابع وتنظف هوياتهم الرقمية «الملطخة».

إعادة الاختراع والإبداع المشترك

بالنسبة إلى كثير من الناس أصبح ستاربكس مرادفًا لـ«ثقافة القهوة». سواء كنت تحب قهوة ستاربكس أو لا تحبها، فمن الواضح أن الشركة أعادت اختراع ثقافة القهوة من خلال زيادة وتطوير خدماتها ومنتجاتها بشكل يبدو غير محدود. وقد حققت ذلك، على غرار العديد من الشركات عابرة الحدود، من خلال استراتيجيات التسويق الرقمي، عبر وسائل التواصل الاجتماعي خاصة. ستاربكس واحدة من العلامات التجارية العالمية الأكثر شعبية على فيسبوك، بأكثر من 10 ملايين متابع، وهي تستخدم «التغريدات الترويجية» في تويتر بانتظام. كان الترويج لفكرة ستاربكس كعلامة تجارية مرنة قابلة لإعادة التشكيل عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حلاً سريعًا لتحديات إعادة اختراع الشركة. لكن ستاربكس بالإضافة إلى ذلك، شاركت في وسائل التواصل الاجتماعي كي يتمكن العملاء من المشاركة في تطوير منتجاتها وخدماتها. ويعد إنشاء موقع «My Starbucks Idea» مثالًا على ذلك، حيث ابتكر المستهلكون طرقًا لتحسين تجربة ستاربكس بأكملها. بأفكار مثل مكافآت الولاء الإلكترونية، وتطبيقات ستاربكس لأجهزة أيفون، وابتكارات مثل «يوم المخبوزات المجانية» الذي دفع أكثر من مليون عميل إضافي إلى شراء القهوة للمطالبة بمعجنات مجانية، أدى المستهلكون دورًا أساسيًا في إعادة اختراع علامة ستاربكس التجارية. مع إطلاق وسائل تواصل اجتماعي جديدة وما ارتبط بها من زيادة مشاركة المستهلك، دخلنا مجال الإبداع المشترك. يشير مصطلح الإبداع

المشترك في هذا السياق إلى ظاهرة عمل الشركات والمنظمات مع عملائها -استفادتها من طاقاتهم الإبداعية- بهدف تغيير المنتجات والخدمات والتجارب نحو الأفضل. أصبح الإبداع المشترك من مصطلحات إعادة الاختراع الرنانة في بدايات الألفية، وحظيت نتائجه غالبًا بانتشار عالمي. في حالة ستاربكس مثلًا، كان إطلاق مشروب فرابتشينو الناجح نتيجة للمساهمة الإبداعية للعملاء.

نحن نميل إلى التفكير بالإبداع على أنه شيء متعلق بالذات، أو يمكن أن يظهر في المنظمات نتيجة عمل الأفراد معًا. ولم تظهر فكرة الإبداع كبرنامج موزع إلا منذ وقت قريب، وذلك ناتج في جزء منه عن انتشار الثقافة الرقمية. من المؤكد أن الروابط بين الإبداع والابتكار، أو بلغة يومنا، بين الإبداع المشترك وإعادة الاختراع، معقدة ومتناقضة، لكن بالإمكان تمييز خطوط تطور مثيرة للاهتمام. إذا كان الإبداع المشترك جزءًا أساسيًا من إعادة الاختراع، فهو لا يقل عن ذلك أهمية بالنسبة إلى ابتكارات المجتمع الاستهلاكي. من المجالات التي تظهر فيها إعادة الاختراع التطويرية هذه بقوة اليوم، ازدياد مشاركة المستهلكين في التسويق التجاري. بحملات تسويقية مثل حملة لوريال «أنت تصنع الإعلان» أو ماكدونالدز «Global Casting»، اجتُذب المستهلكون مباشرة إلى العملية التي تصمم وتطور وتنشر من خلالها المنتجات والخدمات. هذه، بالطبع، مسألة لا تقتصر على إدراك الشركات فوائد الولاء الناتج عن إشراك العملاء في عملياتها، ولكنها أيضًا مسألة توظيف مهارات المستهلكين الإبداعية في تصميم

السلع والخدمات والتجارب التي يرغبون فيها وسوف يستهلكونها. فالإبداع المشترك إذن كان في جانب منه وسيلة للحفاظ على جِدة إعادة الاختراع، امتدادًا لشعار إعادة الاختراع في الفترة المعاصرة. لكن الإبداع المشترك لا يعبر فقط عن إعادة الاختراع التي يحققها العملاء من خلال التسويق، بل إعادة اختراع عملية تطوير المنتجات والخدمات من قبل المستهلكين أيضًا. بمعنى ما، ليس الهدف مجرد تكليف العملاء الأوفياء بالتسويق، بل الحفاظ على هذا الولاء للعلامة التجارية وتعزيزه من خلال أفكار المستهلك لإعادة الاختراع. في عالم شعاره «اصنع بنفسك» والتخصيص والخصخصة، قد يكون من السهل تفويت أهمية هذا التعميق لأسلوب إعادة الاختراع. فعبارة «إعادة الاختراع على يد العملاء» تبلغ مداها مع تطوير المنتجات والخدمات على يد المستهلكين، ولم يكن قليلًا عدد الشركات عابرة الحدود والمشاريع التي احترفت تكليف العملاء بإعادة الاختراع في بداية الألفية. أفضل مثال على ذلك «Concept Lounge» من نوكيا، الذي دعي المستهلكون فيه لتبادل الأفكار عبر الإنترنت، وبالتالي لتولي تصميم هاتف نوكيا القادم. انتشر تكليف المستهلكين بإعادة الاختراع بلا حدود. وكما في «مسابقة التصميم» التي أجرتها نسبريسو (وأسفرت عن ماكينة قهوة نسبريسو المحمولة InCar)، وحملة بيجو بعنوان «تصميم الجمهور» (التي نتج عنها Moovie، نموذج سيارة كهربائية بمقعدين)، صارت الشركات توكل للمستهلكين ابتكار المنتجات وتصميمها بحثًا عن المنتج الجديد القادم.

6

إعادة اختراع الأماكن

ليست فكرة إعادة الاختراع، على جاذبيتها، هي الأكثر إثارة هذه الأيام. ولكن المثير هو إعادة الاختراع العملاقة. من المعقول إعادة اختراع نمط الحياة أو الهوية، أما إعادة اختراع مدينة بأكملها لهو مستوى آخر بلا شك. إعادة الاختراع العملاقة اليوم هو نداء الشركات عابرة الحدود واستثمار المضاربة العالمي، بإطلاقها العنان لثقافة الصروح المعمارية ومعاقل التبذير والاستهلاك غير المحدود. مراكز التسوق الكبرى والمنتجعات الضخمة والفنادق الضخمة والمطارات الضخمة والمدن الكبرى؛ إعادة اختراع الأماكن اليوم تقدم باسم العملقة، في ثقافةٍ مهووسة بامتلاك الأكبر والأفضل والأوسع والألمع والأحدث من كل شيء. تعد هذه النقلة في المشهد الثقافي من إعادة الاختراع إلى إعادة الاختراع العملاقة من المفارقات. ففي خضم انطلاق تاريخي للقوى التكنولوجية للعولمة المتقدمة، لا تمثل إعادة الاختراع العملاقة سياقًا عالميًا جديدًا للرأسمالية فحسب، بل تمثل أيضًا نرجسية لا تنضب، نرجسية تضرب بالطبيعة عرض

الحائط. يبدو أن لا شيء يقف في طريق الرغبة الثقافية في إعادة الاختراع العملاقة وطاقتها التي لا تهدأ، والتي تعبر عن غطرسة بالغة، في عصر الاحتباس الحراري وتغير المناخ.

مع ذلك فإن إعادة الاختراع العملاقة موجودة في كل مكان، وساهمت في تعزيز نشاط الاقتصاد الإلكتروني العالمي بطرق مذهلة. خذ مثلًا غران سكالا، الوجهة الأوروبية للاستجمام، وهي عبارة عن مشروع ترفيهي بقيمة 17 مليار يورو، يضم 32 كازينو و232 مطعمًا و70 فندقًا وخمس حدائق ترفيهية ومضمار سباق وحلبة مصارعة ثيران. غران سكالا، الواقعة في الصحراء الإسبانية حيث ندرة المياه والنفط، هي إحدى أعراض غلوّ إعادة الاختراع المعاصرة: مكان للتغيير كسول واستهلاكي ومنفصل تمامًا عن الواقع البيئي. من الجدير الإشارة إلى غير هذه من جنان إعادة الاختراع العملاقة أيضًا. في سنغافورة، يعد مارينا باي ساندز الذي افتتح عام 2010 أغلى منتجع كازينو في العالم، ويضم فندقًا بـ 2561 غرفة، ومركزًا للمؤتمرات بمساحة 1,300,000 قدم مربع، ومركز تسوق ضخمًا، ومتحفًا، وجناحين زجاجيين عائمين، وحلبة للتزلج على الجليد. في الولايات المتحدة الأميركية يعد مجمع مروج الحلم الأمريكي الذي افتتح عام 2019 ثاني أكبر مجمع تجاري ترفيهي ورياضي في البلاد، يضم مبناه ذي الطوابق الخمس مدينة تزلج وحلبة تزلج داخلية وحديقة مائية ومتنزهًا وحجرة محاكاة للقفز المظلي.

في هذا الفصل، سوف أتناول التوسع في المنطق الثقافي لإعادة الاختراع الذي طال الأماكن والمواقع. واستنادًا إلى مجموعة واسعة من الدراسات وباستخدام أمثلة معاصرة من الثقافة الشعبية والنزعة الاستهلاكية، سوف أقترح أن صعود إعادة اختراع الأماكن يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالبذخ الاستهلاكي.

إعادة الاختراع التجريبية: تطوير دبي

إذا كانت إعادة اختراع وإعادة تصميم مدن البذخ الاستهلاكي يعبر عن المنطق الثقافي للعولمة الرأسمالية، فإن أفضل مثال على ذلك في الفترة المعاصرة هو دبي. صروحٌ معمارية ومراكز تسوق استهلاكية عملاقة وفنادق فخمة وفعاليات رياضية وترفيهية مثيرة ومناطق حرة ووجهات سياحية مذهلة ومتنزهات ترفيهية؛ دبي هي مدينة الرفاهية المذهلة والسحر الجذاب والاستهلاك الصارخ. دبي، التي أخذت بريق لاس فيغاس إلى مستوى آخر، هي مزيج عجيب من الرغبة والإحباط، أو، بلغة مجتمع إعادة الاختراع، مزيج من الإدمان والخوف. دبي، التي أعيد تطويرها مرات لا تحصى منذ السبعينات حتى أصبحت أكبر موقع بناء في العالم، هي مدينة المتعة الفجة، وكذلك موقع للاستغلال الشديد والتدمير المهلك. سوف ننظر تاليًا في الثمن العاطفي والبيئي لإعادة الاختراع فائقة السرعة التي شهدتها دبي، ولكن من الضروري في البدء أن نعرض بإيجاز الترابط المذهل بين نزعة البذخ الاستهلاكي والسياحة الترفيهية في المدينة.

إن أفق دبي المكون من الزجاج والصلب، الذي يبرز من الصحراء بجانب الخليج العربي، يروي قصة مذهلة لإعادة اختراع سريعة، مكثفة وواسعة النطاق في آن واحد. إنها مدينة لم تملك في الخمسينات، حين كانت تحت الوصاية البريطانية، أية فنادق دولية. أما اليوم فتنتشر فيها الفنادق الفخمة، الأطول والأكبر والأحدث على هذا الكوكب. قدّم المبدأ الثقافي لإعادة الاختراع رؤيةً لدبي؛ المدينة التي سرعان ما واكبت التكنولوجيا والسياحة والثقافة الاستهلاكية، ستصبح معولمة وعالية التقنية وعالمية وتجارية. خذ مثلًا التطورات التالية فيما يتعلق بالفنادق وحدها:

- أنشئ برج العرب، وهو أول فندق في العالم من فئة السبع نجوم، عام 1999. يرتفع مبناه المستوحى من شكل الصاروخ 321 مترًا، ويضم أجنحة فيها دش المطر والجاكوزي، وخدمة على مدار الساعة وأسطول سيارات رولز رويس.

- يقدم فندق أتلانتس في دبي بهرجًا ساحرًا وبذخًا استهلاكيًا، بأجنحة تكلف 35000 دولار أميركي في الليلة، توفر إطلالة مباشرة على حوض أسماك بسعة مليون لتر، مجهز بـ 14000 سمكة.

- أكبر فندق مخطط له في العالم، Asia-Asia، ينتظر البناء ومن المتوقع أن يضم 6500 غرفة. ويعد المشروع جزءًا من مشروع أكبر تديره شركة بوادي، التي تعمل على تطوير 60 ألف غرفة فندقية ذات تصميم خاص في دبي.

إن الغلوّ الهائل لهذه التطورات -من حيث المستوى والضخامة- يرمز لروح إعادة الاختراع التي استحوذت على دبي. إنها مدينة مبنيّة من النخب العالمية والمشاهير والأثرياء ولهم. ولكن بفضل الاهتمام الإعلامي العالمي الذي ولدته دبي بوصفها مكانًا للبذخ، فهي تمثل مدينة للتطلعات أيضًا. دبي أشبه بعالم الأحلام الذي يتوق الناس إليه على أمل أن يعلق قليل من منطق إعادة الاختراع المحمومة في المدينة بهم. إن التزايد المذهل في أعداد المسافرين لقضاء العطلات والتسوق وإنجاز أعمال تجارية في دبي يدل على ذلك. عام 2000 دخل 3.4 مليون سائح إلى دبي؛ بحلول عام 2007 قفز هذا الرقم إلى 6.4 مليون. هذا الانتعاش في السفر يمكن أن يعزا جزئياً إلى وجود السلاسل الفندقية المشهورة عالمياً، مثل هيات وهيلتون وشيراتون وشانغري-لا، التي أنشأت فروعًا كبرى في المدينة، صارت الآن مسؤولة عن ثلثي إيراداتها السياحية.

إن تحويل تجربة السفر بأكملها إلى بذخ استهلاكي وسيلة فعالة لإعادة اختراع المدينة كمكان متخصص يقدم خدمات معينة، وهذا التوليف المذهل بين السياحة والاستهلاك يشكل أفضل تعريف لدبي. مما تشتمل عليه إعادة الاختراع المعاصرة لهذه الحاضرة العربية، التسوق المكثف. تصميم وإنشاء مراكز التسوق الضخمة للبذخ الاستهلاكي منتشر في جميع أنحاء دبي، بأحجام جريئة ضخمة، تجارية إلى حد كبير وتضم العديد من البيئات المقلدة. كاتدرائيات الاستهلاك في دبي، بما فيها دبي مول ومول الإمارات وابن بطوطة مول وريف

مول، تغري مدمني التسوق في جميع أنحاء العالم بمزيجها الفخم من المتاجر الراقية والمرافق الفاخرة، بدءًا بأحواض الحياة المائية وانتهاءً بمنحدرات التزلج الداخلية. وبالمثل، فالبيئات الترفيهية المبهرة هي أيضًا جزء من خلطة إعادة اختراع المدينة. تعد البيئات المقلدة إحدى المكونات الأساسية لثقافات الاستهلاك المعاصرة، ويمكن القول إن تقليد دبي لعديد من المباني العالمية الشهيرة يساوي، إن لم يكن أكثر «حقيقية» من الأصل الذي نسختها منه. خذ مثلًا نافورة دبي، وهي نسخة من نافورة بيلاجيو في لاس فيجاس، لكن على مقياس أكبر. أو دبي لاند، الحديقة الترفيهية المخطط لها أن تكون ضعف حجم عالم ديزني، ومن المقرر أن تشمل استوديوهات يونيفرسال، وعجلة مستوحاة من عين لندن وفندقًا تحت الماء.

إعادة اختراع دبي كوجهة للرفاهية والترف السياحي ولدت أيضًا ما يرتبط بذلك من رذائل المقامرة والكحول والمخدرات والدعارة. هذه الحاضرة العربية المتلألئة عالمٌ من البذخ والإدمان في آن. أولئك الذين يعيشون «حياة الإدمان» تشدهم عوامل الجذب الاستثنائية والمرحة التي تقدم بلا حدّ في جميع أنحاء دبي، من أجل بلوغ الانتشاء العاطفي المرتبط بالبذخ، إذ يعيد الناس اختراع هوياتهم من خلال التعود القهري على الاستهلاك اللامحدود أو عالم الجنس أو المقامرة. من المؤكد أن فيها أشكالًا من الحرمان الاستغلالي أيضًا، مثل مئات الآلاف من العمال المهاجرين الذين يسافرون بعقود من دول مثل الهند وباكستان، تغريهم وظائف البناء

في دبي. أشكال الحرمان التي يقاسيها العمال المهاجرون المسحوقون في دبي، الذين يقدرون بنحو 90٪ من القوة العاملة في المدينة، وثقت بشكل مكثف. فمن الفساد المدمر إلى الاستغلال الشبيه بالرق، يجرف العمال المهاجرون بلا رجعة إلى عالم من إعادة الاختراع تلغى فيه هوياتهم بالكامل. معظم العمال المهاجرين تصادر جوازات سفرهم عند دخولهم إلى المدينة، مما يحولهم إلى مجهولي الهوية، ويجعلهم هدفًا للاستغلال الشديد. في معظم الأحيان، على الأقل، يتوقع أن يشتغل عمال العقود المهاجرون لمدة تصل إلى 18 ساعة في اليوم، وكثيرًا ما يعجزون عن تحصيل أجورهم. هذا هو «الجانب المظلم» من دبي التي تزدهر بتخطي الحدود. في إعادة اختراعها الخلابة واستهلاكيتها الباذخة، تخفي دبي أبشع أشكال سلب الحياة، يقاسي فيه المهاجرون والعمال الفقراء قمعًا وإذلالًا بغيضين.

ليس من المستغرب أيضًا أن إعادة الاختراع السريعة لدبي جاءت بثمن بيئي باهظ. إذ ارتكزت عملية تحويلها من صحراء إلى مدينة كبرى على الاستخدام الكثير للوقود لنقل العمال والسياح، والاستخدام غير المستدام للمياه والطاقة، إلى جانب استخدام المواد الخام بإفراط لمشاريع الإنشاء والبناء الضخمة. في كل هذا، كانت الطبيعة والبيئة هما العدو، ونقيض ذلك تطوير العقارات التقديري. الهيمنة على الطبيعة كانت الملمح الرئيسي في تحويل دبي إلى واحدة من أعلى المجتمعات استخدامًا للكربون واستنفادًا للمياه على الكوكب. في الصراع بين الطبيعة والثقافة، أو بين البيئة

وإعادة الاختراع، كان الحل بالنسبة إلى دبي محطات تحلية المياه. وبدا أن تحلية مياه البحر هي الحل الأمثل لبيئة لا توفر مياهًا عذبة صالحة للاستعمال، أو مياهًا سطحية، وتملك أحد أدنى معدلات هطول الأمطار في العالم. لكن كان لذلك جانبًا آخر مدمرًا. محطات تحلية المياه كانت أساسًا لإعادة اختراع دبي، لكن بتكلفة أعلى من إنتاج الوقود. أدى الهوس بالبذخ الاستهلاكي في دبي إلى تسجيل المدينة بصمة كربونية للفرد الواحد تفوق نظيرتها في الولايات المتحدة، ويرجع ذلك بمعظمه إلى انبعاثات ثاني أكسيد الكربون من محطات تحلية المياه.

إعادة اختراع صالة المغادرة: المطارات ومدينة محورها المطار

يقال إن السفر يوسع الذهن، إنه يشجع الناس على الرغبة والتخيل ويمكن القول إن ذلك يتجلى أكثر ما يمكن في المطارات وإغراء الرحلات الدولية. اقترحت في الفصل السابق أن الناس في هذه العقود الأولى من القرن الحادي والعشرين «يتنقلون» أكثر من أي وقت مضى. فالسياحة والسفر مثلًا يشكلان أكبر صناعات العالم، يولدان أكثر من 7.5 تريليون دولار أميركي سنويًا. وقد استفاد السفر الجوي بشكل خاص من هذا التوجه. ومع ازدياد نطاق السفر عالمية، بتسهيل من نمو الشركات عابرة الحدود وشركات الطيران منخفضة التكلفة، أصبحت صناعة الطيران من القطاعات التجارية الضخمة. على سبيل المثال، شهد عام 2011 سفر ما مجموعه 2.75

مليار إنسان بالطائرة في العالم، وكان أبرزه السفر بالطائرة لأغراض العمل (معظمهم «المسافرون الدائمون» من رجال الأعمال). يعكس ذاك ما أسميته أنا وجون أوري في موضع آخر ظهور «حياة التنقل».

للمطارات دور بارز في تسهيل حياة التنقل، وتوجد أدلة كثيرة تشير إلى أن الحركة الجوية المفرطة تأخذ بثقافة إعادة الاختراع إلى مستوى جديد مذهل. من الإشارات المهمة على التغييرات الاجتماعية الناتجة عن المطارات تلك الصادرة عن الفنانين والكتاب، الذين كانوا أصحاب أفضل العيون تدريباً في استقراء قوى إعادة الاختراع. وقد أحسن آندي وارهول وصف المجال الجوي كعوالم كاملة داخل العوالم عندما تحدث عن «جوّ المطار»، فالمطارات[1]:

«فيها النوع المفضل لدي من خدمة الطعام، النوع المفضل من الحمامات، وحلقات سكاكر النعناع المفضلة، أنواع الترفيه المفضلة، أنظمة الإعلان ذات مكبرات الصوت المفضلة، أحزمة النقل المفضلة، الرسومات والألوان المفضلة، أفضل أنظمة التفتيش، أفضل المناظر، أفضل محلات العطور، أفضل الموظفين، وأفضل أنواع التفاؤل».

المطارات بالنسبة إلى وارهول لا تنطوي على حالة ذهنية فحسب، بل على سجية، ما يعني نوعًا من إعادة اختراع الذات الخاصة بـ«جو المطار». إنها إعادة اختراع للذات موجهة إلى أجواء المطار نفسه المتحررة من الزمان والمكان. لكن المطارات وإعادة

(1) Warhol, Andy (1976) *The Philosophy of Andy Warhol (From A to B and Back again)*. London: Pan.

الاختراع يتقاطعان ويتشابكان بطرق أخرى أيضًا. يرى جي. جي. بالارد[1] مثلاً أن المطارات «شوارع وساحات المدينة المستقبلية، مناطق خارج الوقت تعرض فيها جميع ساعات العالم، أطلس من الرحلات القادمة والمغادرة يجدد نفسه باستمرار، نصبح فيه لفترة وجيزة مواطنين عالميين حقًا».

أحسن بالارد التعبير عن هذه النقطة، على الأقل فيما يتعلق بكون المطارات رمزًا للمستقبل (والمدينة المستقبلية). في الماضي، كان العمل الأساسي للمطارات -التي كانت تنشأ عادة من المرافق العسكرية وتتولى الهيئات العامة للدولة تخطيطها وتشغيلها-متعلقًا بخدمات الملاحة الجوية وبنيتها التحتية. لكن تصميم المطارات لتكون في المقام الأول مراكز نقل -هياكل تنظيمية لوصول ومغادرة المسافرين والبضائع والطائرات- شهد تغييرًا كبيرًا في العقد الأول من الألفية. أصبحت المطارات اليوم أرحب وأوسع نطاقًا. أعيد اختراع المطار المعاصر ليكون مكانًا أو موقعًا لأنشطة الطيران الأساسية بالتأكيد، ولكن بالإضافة إلى ذلك -وهذا أمر أساسي الآن- للأنشطة التجارية والخدمات والمرافق غير المتعلقة بالطيران. في عالم معولم يتميز بمطارات الشركات الخاصة (مثل مطار هيثرو في المملكة المتحدة) أو مطارات الشراكة بين القطاعين العام والخاص (مثل دوسلدورف في ألمانيا)، تمزج هذه الهياكل التشغيلية الجديدة بين

---

(1) Ballard, J.G. and Baudrillard, Jean (1998) *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage.

أشكال عديدة من السفر والنقل والاستهلاك والترفيه، والفعاليات والخدمات التجارية، والمرافق الترفيهية والوجهات الثقافية. تتميز المطارات اليوم، بوصفها مراكز نقل عالمية تجارية، بمتاجر التجزئة المتخصصة ومحلات المصممين والأسواق الحرة ونوادي «المسافر الدائم» ومجمعات المكاتب التجارية ومراكز المؤتمرات والمرافق الترفيهية والإقامة الفندقية ومرافق الرعاية الصحية ورعاية الأطفال وغيرها.

لعل من غير المستغرب في عصر العولمة المتقدمة وتقنيات الاتصالات الجديدة أن يعاد تعريف المطارات وصنع علامتها التجارية واختراعها. مع ذلك فإن نطاق إعادة اختراع المطارات مذهل. ليس ذلك مقتصرًا على أن جميع المطارات الكبرى الآن تداوم على تحديث وتوسيع صالاتها لاستيعاب الكم الهائل من المسافرين في تنقلهم عبر المجال الجوي العالمي، بل يتعلق أيضًا بالمدى الهائل لتزايد المطارات الجديدة، بمبانيها الضخمة من الزجاج والصلب، وهياكلها الأشبه بناطحات السحاب، وتصميمها على يد مشاهير المهندسين المعماريين، واستثماراتها الضخمة. خذ مثلًا واحة المتعة المعروفة باسم المبنى رقم 3 في مطار دبي الدولي. هذا المبنى الذي كان في وقتٍ ما أكبر مبنى في العالم، بمساحة تبلغ حوالي 12.76 مليون قدم مربع، يعد أكبر محطة جوية في العالم. يضم 97 سلمًا كهربائيًا، و82 ممشى متحركًا، و157 مصعدًا، و180 مكتبًا لتسجيل الوصول، و2600 موقفًا للسيارات. المبنى 3، الذي صمم ليستوعب أسطول خطوط

طيران الإمارات الرئيسي في دبي، المكون من طائرات A380، عبارة عن كاتدرائية استهلاكية تبلغ مساحتها 86.000 قدم مربع، يمكن للمسافرين التسوق فيها على مدار الساعة. بوصفه مركز نقل عالميًا يربط دبي باقتصادات مثل أوروبا والولايات المتحدة والصين والهند، يعد المبنى 3 مطارًا تجاريًا ومزدحمًا ومثيرًا وعالميًا في آن واحد.

لعل إعادة اختراع المطارات على هيئة مراكز التسوق الكبرى هو الأثر الأوضح لانتشار العولمة وثقافتها الاستهلاكية المتفشية، لكن العولمة تدفع إعادة اختراع شكل المطارات ووظيفتها وتمويلها خطوة أخرى، وكلما كثفت العولمة من حركة الناس وقدرتهم على التنقل، كلما أعيد تشكيل المطارات وتصميمها لتمزج بين التجارة والفعاليات والتجارب. دعونا نذكر بإيجاز بعض الأمثلة التوضيحية في هذا الصدد. في سنغافورة يقدم مطار شانغي للمسافرين مجموعة من الخدمات المبتكرة، تشمل حمام سباحة وساونا ودور السينما. ويضم مطار العاصمة بكين الدولي مجموعة غنية من الخدمات المجانية للمسافرين، مثل عروض الفرق الفنية، بما في ذلك المغنين والراقصين ولاعبي الخفة. ويضم مطار سخيبول في أمستردام معرض «الفنان الهولندي» الخاص به، بإدارة متحف ريجكس المشهور عالميًا. بالمثل فإن مطار ماكاران في لاس فيغاس يدير متحفًا على مدار الساعة، متحف هاورد دبليو كانون للطيران. أما مطار أرلاندا في ستوكهولم فيمتلك كنيسة صغيرة، تجرى فيها مئات حفلات الزفاف سنويًا.

ويقدم مطار ميونيخ The Airport Clinic M، «مفهوم خدمة متكامل»، عبارة عن مستشفى طبي حديث يشمل كل شيء من طب العظام إلى الجراحة التجميلية. ويضم مطار إنتشون الدولي في كوريا الجنوبية «مدينة غولف» كاملة، مجهزة بملعب بمساحة 330 ياردة و18 حفرة، بالإضافة إلى المكان ذو الاسم المشوق «غابة الجليد»، وهي حلبة تزلج مبنية من جليد اصطناعي بلاستيكي للحفاظ على جفاف المسافرين عند سقوطهم.

هذه الابتكارات هي أحدث أشكال إعادة اختراع ثقافات المطار التي تهدف إلى تقديم خدمة ودعم أفضل للمسافرين في أثناء العبور. ويدور وقت العبور الآن ليس حول التسوق وحده، بل حول تجميع وتنويع التجارب والفعاليات. لم يعد يُنظر إلى العبور على أنه تجربة سلبية، على المسافر فيها أن «يقتل» الوقت، بل صار يدور الآن حول مفهوم مختلف. نظرًا إلى أن ثقافتنا تعزز مفهوم صنع أسلوب الحياة وإعادة اختراع الهويات، صار وقت العبور أوثق ارتباطًا بجمع التجارب الجديدة والتصميم الذاتي لخدمات المطار والتداخل المبتكر بين نشاطات الترفيه والعمل. من وجهة النظر هذه صار المطار المعاصر يعني الأزياء والتسوق والثقافة وأسلوب الحياة والتسويق والإعلان والأعمال التجارية وتدعيم شبكة العلاقات ووسائل الاتصالات. علاوة على ذلك، بينما يتعامل المسافرون مع مجموعة مدوخة من خدمات المطارات كصالات الألعاب الرياضية ومراكز المؤتمرات والمعارض الفنية، يحدث مزج هائل بين العديد من

الهويات ومختلف أنماط الحياة المتنقلة. بهذا المعنى، ينتج عن الحركة الجوية العالمية مساحات عبور تجمع بين المصطافين والمسافرين للعمل وتجار المخدرات وغاسلي الأموال والفنانين في جولاتهم ومهربي البشر وغيرهم الكثير.

اقترحت سابقًا أن إعادة الاختراع كانت جوهر المطار المعاصر، خاصة في شكل ووظيفة مبانيه. ولكن هذا ليس كل شيء، فقد نشأت أفكار ثقافية وتجارية جديدة تتناول إمكانيات «مدينة المطار»، أو ما يسميه جون د. كاساردا «Aerotropolis». وفقًا لكاساردا، فإن إعادة اختراع المطارات بحسب نموذج مدينة المطار تشمل حزمة من تطوير الأروقة، والاتصال السريع، وبنية تحتية لتنقل متعدد الوسائل، وتكتلات الأعمال التجارية المرتبطة بالطيران، والتطورات السكنية المرتبطة بذلك. من ناحية، يهدف مفهوم مدينة المطار إلى التركيز على ازدياد إعادة هيكلة العمليات التجارية، من سلاسل الفنادق إلى مراكز الصحة واللياقة البدنية، على طول أروقة المطار. لكن، يمكن القول إن نموذج مدينة المطار نشأ أيضًا نتيجة تحول المطارات إلى نقاط جذب رئيسية للشركات الإقليمية والشركات المعلوماتية. بحسب رأي كاساردا:[1]

«إن الشركات المتخصصة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وغيرها من الصناعات عالية التقنية تعتبر دوام توفر السفر الجوي أمرًا

(1) Kasarda, John D. (2008) «The Evolution of Airport Cities and the Aerotropolis», in *Airport Cities: The Evolution*. London: Insight Media.

بالغ الأهمية. فالعاملون في مجال التكنولوجيا يسافرون جوًا أكثر من عموم العاملين بنسبة 400 ٪، مما أدى إلى إطلاق مصطلح «الطيور المهووسة» في الولايات المتحدة على الطائرات التجارية التي تربط عواصم التكنولوجيا مثل أوستن وبوسطن ورالي دورهام وسان خوسيه. صارت العديد من شركات التكنولوجيا تتخذ موقعًا على طول أروقة المطار الكبرى، مثل تلك الموجودة على طول رواق مطار واشنطن دولز في شمال فرجينيا، والطرق السريعة المؤدية إلى مطار أوهير الدولي في شيكاغو. بهذا المعنى، فإن شبكات المعرفة وشبكات السفر الجوي تقوي إحداهما الأخرى».

إعادة الاختراع على متن الطائرة

إذا كان الاقتصاد الاستهلاكي الموجه نحو إعادة الاختراع يتميز بالإفراط، فهو اقتصاد تحول إلى هوس عام أيضًا. في مجتمع يمارس فيه المستهلكون إعادة الاختراع، لا يعرف سوق المنتجات الاستهلاكية أي حدود. وتتعلق الاستهلاكية في عصر الاقتصاد الإلكتروني العالمي بشكل رئيسي بالتزايد اللانهائي لمواقع التسوق. إن تعزيز التسوق والامتلاك غير المحدود في مجالات الأزياء ومستحضرات التجميل والرياضة والحمية والصحة والعلاج النفسي والحب والعلاقات، أمر ضروري لآلية عمل مجتمع إعادة الاختراع وأفراده من البشر شديدي التأكيد لذواتهم. تكاثر المواقع أو المجالات المخصصة للأنشطة الاستهلاكية المسببة للإدمان أمر

أساسي في العالم الرأسمالي المتقدم. من وجهة النظر هذه فإن العولمة نفسها هي المغرية والباذخة والخارجة عن السيطرة، بتوجهها نحو التصنيع المستمر للأسواق الاستهلاكية التي تمكن من إعادة الاختراع، بل وربما تفرضها.

في الوقت ذاته أصبحت الثقافة الشعبية المتعلقة بالتسوق أكثر توسعية. فكلما انتشرت مبادئ إعادة الاختراع في جميع أنحاء الكوكب عن طريق الثقافة الاستهلاكية، ازدادت حركة القوى الاقتصادية المعولمة بحثًا عن تخوم جديدة لإعادة الاختراع. بعد كوكبنا توجد السماء طبعًا، وفي السماء بالضبط سعت شركات الطيران التجارية إلى خلق صورة طبق الأصل عن سوق إعادة الاختراع. أصبح شراء سلع مغرية على ارتفاع 30 ألف قدم جزءًا راسخًا من تجربة الطيران اليوم حين يحلق العاملون والسياح في السماء. مثل التسوق في المركز التجاري، يجمع التسوق على متن الطائرة بين إغراءات الرغبة والبذخ الاستهلاكي. وتتباهى العديد من شركات الطيران اليوم بوجود سوق حرة مصغرة على متن الطائرة، حيث يتمكن الركاب من ممارسة إعادة الاختراع الاستهلاكية كما يشاؤون، من خلال شراء أي شيء من منتجات العناية بالبشرة إلى الشمبانيا وجلسات التدليك إلى أجهزة الكمبيوتر.

في الوقت ذاته يمكن أن تجد نفسك تكسب أميال الطيران أو نقاط المسافر الدائم مع عمليات الشراء على متن الطائرة، وكلها تقدم تحت شعار تلبية توقعات العملاء، بينما هي عروض تتناسب

تمامًا مع ثقافة إعادة الاختراع بأكملها. كسب الأميال أو النقاط من خلال عمليات الشراء «مناسب» بقدر ما يتناسب مع المنطق الثقافي لمجتمع إعادة الاختراع. إذ يمكن وصف هذه النزعة الاستهلاكية في السماء، في نهاية المطاف، بأنها تدور حول التحسين والتغيير والتحويل. التسوق على متن الطائرة يقدم بوصفه جزءًا من عالم إعادة الاختراع الممتع والسهل، الذي تؤخذ فيه السلع والخدمات المشتراة الآن إلى المستقبل المثالي ذي الآفاق المتوسعة باستمرار.

الحياة في السماء إذن تنطوي على تركيز جديد على الاختيار وتمايز المنتجات، على التغليف والتسويق والتصميم. التركيز على إعادة الاختراع على متن الطائرة يأتي مسبق التغليف بأفكار من الصناعات الاستهلاكية فيما يتعلق بالتمييز بين المستهلكين حسب نمط الحياة والذوق والثقافة. لاحظ أن الأهم هنا هو تنويع أوقات ومساحات الاستهلاك الفردية. فالمسافرون يستطيعون، بفضل ثورة الاتصالات، التسوق في أي وقت يرغبون فيه. خذ مثلًا خطوط دلتا الجوية، التي أعلنت عام 2012 أن الركاب سيحصلون على اتصال لاسلكي مجاني بـ Amazon.com و Amazonwireless.com من خلال شبكة Delta Connect Wi-Fi. هذا النمو في إعادة اختراع الخدمات على متن الطائرة يتيح للركاب استخدام أجهزة الكمبيوتر المحمولة والأجهزة اللوحية والهواتف الذكية، للتمتع بخيارات التسوق والترفيه بلا حدود. وقد توسع هذا النظام الجديد لاستهلاك السلع المرن ليشمل تنويع الخدمات والتجارب أيضًا. شركات الطيران، بما

فيها فيرجن أتلانتيك والخطوط الجوية الفرنسية ولوفتهانزا، أنشأت شبكات اجتماعية مبنية على عضوية المسافر الدائم لديها. ورغم أن نجاحها كان متواضعًا في البداية بسبب محدودية التكنولوجيا، أجرت شركات الطيران منذ ذلك الحين محاولات لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي بما يخدم ممارسات إعادة الاختراع لدى المسافرين. كشفت خطوط KLM النقاب عن برنامج جديد يسمى «Meet and Seat»، الذي يسمح للركاب برفع حسابات Facebook أو LinkedIn واستخدام بياناتها لاختيار المقاعد المفضلة. وبالمثل قدمت الخطوط الجوية الماليزية تطبيق MHBuddy، الذي يسمح للركاب بالتحقق مما إذا كان أي من الأصدقاء أو الزملاء مسافرًا على متن الرحلة نفسها، وبالتالي تعديل تجربتهم على متن الطائرة. يبدو أن التجديد ليس عالميًا فحسب، بل هو قوة تتجاوز الكوكب!

7

إعادة الاختراع بعد الذكاء الاصطناعي



يرى كلاوس شواب، مؤسس المنتدى الاقتصادي العالمي، أن الذكاء الاصطناعي هو أشد القوى إحداثًا للتغيير في جميع أنحاء العالم اليوم. يطلق شواب على هذا التحول، أو إعادة اختراع العالم، «الثورة الصناعية الرابعة». كانت الثورة الصناعية الأولى قائمة على الطاقة البخارية، والثانية على الكهرباء، أما الثالثة فكانت بداية عصر الكمبيوتر، وثورة اليوم هي عصر التحول الرقمي. يرى شواب أن ثورة الذكاء الاصطناعي اليوم «ليست مثل أي شيء شهدته البشرية من قبل». ثورة الذكاء الاصطناعي هي كل هذا وأكثر بكثير، والـ«أكثر بكثير»، بكل بساطة، هو إعادة الاختراع! الذكاء الاصطناعي ليس تقدمًا تقنيًا بقدر ما هو تحول في التقنية بأكملها. إن الانتشار الواسع لخوارزميات البرمجيات والتعلم العميق وعلم الروبوتات المتقدم والأتمتة المتسارعة والآلات القادرة على اتخاذ القرار، يخترق كل جانب من جوانب المجتمع والحياة الشخصية. الذكاء الاصطناعي اليوم متغلغل في مساحات كبيرة من الحياة

اليومية، يعيد تشكيل المجتمع والاقتصاد ببرامج المساعد الشخصي الافتراضي وروبوتات الدردشة والمركبات ذاتية القيادة والروبوتات ذات التحكم عن بعد وغيرها.

مع بلوغ مدّ الذكاء الاصطناعي جميع أنحاء العالم، أصبحت إمكانيات إعادة اختراع الحياة العامة والعمل الاجتماعي التعاوني الناجح على نطاق غير مسبوق في تاريخ البشرية موضع اهتمام كبير. الإيجابيات في ذلك كثيرة، فالذكاء الاصطناعي صار يستخدم مثلًا في تتبع الأسماك في الحاجز المرجاني العظيم، وحماية التنوع البيولوجي في الأمازون، وردع الحيوانات عن دخول المواطن البيئية المهددة بالانقراض باستخدام أجهزة الاستشعار. بلغت الأبحاث الآن مرحلة متقدمة بالنسبة إلى المجاهر التي تعمل بالذكاء الاصطناعي لمراقبة العوالق العائمة في البحر، والروبوتات التي تعمل بالذكاء الاصطناعي لتنظيف المحيطات. استخدام الذكاء الاصطناعي في مكافحة الإرهاب العالمي من خلال التجميع الدولي للمعلومات والاستخبارات من أجهزة الكمبيوتر العملاقة هو مثال آخر على ذلك. بالمقابل فإن لذلك مخاطر ذات عواقب هائلة، قد تكون وجودية. بالروبوتات المقاتلة وتقنيات الأسلحة الآلية القاتلة أو الذكاء الاصطناعي الذي تستخدمه المنظمات الإجرامية أو الدول المارقة، قد يودي الذكاء الاصطناعي بالبشرية إلى نهايتها، وقد حذر من ذلك رواد مثل الراحل ستيفن هوكينغ وبيل غيتس وإيلون ماسك.

ما نشهده اليوم توجهٌ جديد، من نواح عديدة، على الأقل فيما يتعلق بالسياسة العامة. كانت دولة الرفاهية التقليدية مثلًا قائمة بالمجمل على توفير الحلول لتداعيات المشاكل عند حدوثها؛ إذا فقدت وظيفتك مثلًا توفر الدولة دعمًا ماليًا إلى أن تجد وظيفة غيرها. لكننا نعيش اليوم في عالم مختلف تمامًا، في وقت تنقل الروبوتات فيه الصناديق في المصانع وتحصي البضائع على رفوف المتاجر، وتحسب خوارزمياتٌ معقدة عائداتِ الضرائب وتضارب في الأسواق المالية. إن عواقب تصاعد الأتمتة في دنيانا المعولمة تشتمل على تحطيم المسلّمات السياسية. ينبغي على السياسيين وصانعي السياسات أن يكونوا أكثر تدخلاً ويصوغوا فكرًا سياسيًا للتعامل مع التحولات غير المتوقعة وغير المنتظرة الناجمة عن الثورة الرقمية. من النتائج المهمة الأخرى لثورة الذكاء الاصطناعي التغير الجذري في معاييرنا الخاصة بتقييم الفرص والمخاطر. تتميز الأنظمة المعقدة، مثل تعلم الآلة والروبوتات المتطورة، بالخروج عن المتوقع والتبدل والتقلقل والانتكاس. وغالبًا ما ينتج عن المحاولات السياسية للتعامل مع الأنظمة التكنولوجية المعقدة عواقب غير مقصودة، فتكشف أو تولد مشكلات أخرى. بالمقابل، تظهر حلولٌ أو وجوه تعاون جديدة استجابة لأوجه الاعتماد هذه بين النظم التكيفية.

يكفي أن نطلع على النقاش الدائر مؤخرًا حول الطائرات المسيرة، أو الآليات الطائرة بدون طيار (UAVs)[1]، الذي يسلط

(1) Unmanned aerial vehicles (UAVs).

الضوء على هذه المعضلات. عام 2019، سبّب اجتياح طائرة مسيرة لمطار لندن غاتويك تأخيرًا كبيرًا في الرحلات الجوية على مدار أيام عديدة. نتيجة لذلك وسع البرلمان البريطاني مناطق المنع حول المطارات ومنح الشرطة صلاحيات جديدة للتعامل مع الاستخدام غير القانوني للطائرات المسيرة. لكن لم تكد هذه القوانين الجديدة تدخل حيز التنفيذ حتى أدى رصد طائرة مسيرة في مطار هيثرو إلى إغلاق بواباته على الفور. خطوة إلى الأمام، وخطوة إلى الخلف، هذه وتيرة الثورة الرقمية التي تطلق العنان لإعادة اختراع التكنولوجيا والمجتمع على نطاق غير مسبوق. ومن الأهمية بمكان معرفة أن هذا التغير في معايير تقييم الفرص والمخاطر أعمق بكثير مما يفترض عمومًا، إذ ينتج عن الذكاء الاصطناعي والروبوتات وتكنولوجيا المعلومات أشكال جديدة من الفرص والمخاطر لم تضطر الأجيال السابقة إلى التعامل معها. لا يمكن ترك حل المخاطر التكنولوجية للخبراء فقط، ذلك لأنهم يختلفون على الدوام، سواء حول مستويات المخاطر أو الاستجابات السياسية، بل ينبغي أن يكون تقييم منافع وخسائر تقنيات الذكاء الاصطناعي مسؤولية مشتركة.

لننظر من جديد إلى الطائرات المسيرة. لقد طورت في الأصل لأغراض عسكرية، لكنها خلقت فرصًا عالمية مذهلة، كثير منها لم يكن ليخطر على بال في السابق. أأنتَ جائع؟ احصل على وجبة جاهزة توصلها طائرة مسيّرة. أتشعر بالملل؟ يستخدم عالم ديزني

بفلوريدا مئات الطائرات المسيرة من طراز Shooting Star لأداء عرض ضوئي يقام باستمرار، وهو نسخة فائقة التقنية لعروض الألعاب النارية، التي صارت شيئًا من القرن الماضي. الطائرات المسيرة آخذة بالتطور في كل مكان، في عدد متزايد من القطاعات الاقتصادية. يمكن لفرقة من المسيّرات العسكرية الصغيرة، أو microdrones، تنسيق تحركاتها لتحديد الأهداف. ويمكن استخدام الطائرات المسيرة لاستطلاع مواقع البناء والتعدين، أو دراسة الحيوانات والنظم البيئية المهددة والمساعدة في حمايتها. كما أنها تؤدي اليوم دورًا بالغ الأهمية في إيصال المساعدات الإنسانية في جميع أنحاء العالم. في رواندا، تستخدم المسيّرات لإيصال الدم واللقاحات وغيرها من الإمدادات الضرورية إلى المناطق النائية والمتعذر الوصول إليها. وفي جنوب أفريقيا وبيرو وغيانا وبابوا غينيا الجديدة وجمهورية الدومينيك، تستخدم لإيصال الخدمات الصحية وغير ذلك من حالات الطوارئ الإنسانية. وفي جمهورية الكونغو الديمقراطية استخدمت الأمم المتحدة طائرات مسيرة ضمن برنامجها لحفظ السلام[1].

ولكن مخاطر هائلة تنشأ عن الطائرات المسيرة والتقنيات المرتبطة بها، فقد استخدمتها الولايات المتحدة مثلًا لمهاجمة مسلحين في باكستان وأفغانستان، لكنها استهدفت خطأً الكثير من المدنيين

(1) Elliott, A. (2019) *The Culture of AI: Everyday Life and the Digital Revolution*. London and New York: Routledge.

الأبرياء، وفقًا لعدد من التقارير الإعلامية والسياسية. واستخدمت المسيرات في تهريب المخدرات وملاحقة الأشخاص، وسقطت إحداها وتحطمت في البيت الأبيض. لا يتحكم بالطائرات المسيرة أشخاص أكفاء دائمًا، وصارت تستخدم في إعادة اختراع التجسس والخيانة. زبدة الكلام أنه ليس من السهل التكهن بمآل التقنيات الجديدة القائمة على الأنظمة المستقلة. لا بد أن فيها فرصًا مذهلة، وإمكانية كبيرة للحد من الفقر والمرض والحرب. لكن مخاطرها المتنامية هائلة بالمقابل، ويمكن رؤية ذلك بوضوح في تطوير أنظمة الأسلحة المستقلة. علاوة على ذلك، ينبغي ألا يقتصر تقييم المخاطر هنا على التهديدات المباشرة، بل أن يشمل التهديدات غير المباشرة أيضًا. مثال ذلك الجماعات الثورية التي تتجسس على أقمار الاتصالات الصناعية وكاميرات الطائرات المسيرة بهدف اختراق الاستخبارات العسكرية.

يتركز النقاش حول الذكاء الاصطناعي عمومًا على تقييم المخاطر، الذي يكون الحساب فيه مبهمًا غالبًا، ومستحيلًا أحيانًا. فالمفقود في معظم النقاش السياسي هو التقييم الدقيق للمخاطر. وكما أوصت التحقيقات الحكومية الأخيرة، مثل لجنة مجلس اللوردات للذكاء الاصطناعي في برلمان المملكة المتحدة، ينبغي إبلاغ البرلمان والجمهور بمخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي، بتحليلات قائمة على العلم والخبرة. بطبيعة الحال، يتعين الحفاظ على سرية بعض المواد المتعلقة بالدفاع والأمن القومي، ولكن ما دام الكثير

من الأمور يعتمد على المعايير الجديدة للمخاطر، لا بد من التدقيق في طريقة التقييم المعنية بشكل مستمر.

ولكن يظل السؤال قائماً: كيف يشكل الذكاء الاصطناعي عصر إعادة الاختراع؟ هل يعمل الذكاء الاصطناعي بوصفه تكنولوجيا خارجية تؤثر على مسار إعادة الاختراع؟ أم أنه يعمل أيضًا على نطاق داخلي، فيغير عمليات ومعايير إعادة الاختراع نفسها؟ هذه بعض الأسئلة التي نتناولها في هذا الفصل.

الذكاء الاصطناعي: قِوام إعادة الاختراع

الذكاء الاصطناعي يغير الاقتصاد العالمي سريعًا. الخوارزميات الذكية تدير قطاعات واسعة من الأعمال التجارية، كإجراء الصفقات والتحكم في الصناعات المضافة الجديدة، وتحرير الفواتير للعملاء، وأتمتة خدمة العملاء، واختيار مسارات الطيران وتوجيه الرعاية الجراحية. لكن على الرغم من افتتان الناس بروبوتات الدردشة والسيارات ذاتية القيادة، فإن قلة منهم يفهمون كيف يعمل الذكاء الاصطناعي بالضبط ويغير العالم أمام أعينهم. وقد تكون هذه هي المشكلة؛ أن الذكاء الاصطناعي، مثل الكهرباء، غير مرئي. إنه تقنية متعددة الأغراض تعمل تأثيرها خلف الكواليس. لم تزل ملامح وعواقب الذكاء الاصطناعي بعيدة عن متناولنا، لا يمكننا رؤيتها تعمل لكننا نختبر تأثيرها بطريقة أو بأخرى. أصبح الذكاء الاصطناعي واسع الانتشار، مثل غيره من التقنيات متعددة

الأغراض، كمحرك الاحتراق الداخلي وتقنية الهاتف وشريحة السيليكون. إنه في كل مكان، وليس في أي مكان في الوقت ذاته، كليّ الحضور وغير ملحوظ معًا. الذكاء الاصطناعي باختصار هو قِوام إعادة الاختراع اليوم.

الأثر الذي أحدثه الذكاء الاصطناعي في اقتصادنا ورفاهيتنا وتفاعلاتنا الاجتماعية حرك نقاشًا عامًا وأكاديميًا جسيمًا. ظهر نتيجة لهذا النقاش فريقان: فريق المتشائمين وفريق المتفائلين بالتقنية، والمهم ذكره أن بين هذين الفريقين خلافًا جوهريًا حول عواقب الذكاء الاصطناعي. من ناحية، ينظر المتشائمون إلى آفاق الذكاء الاصطناعي نظرة متشككة عمومًا. النسخة الأخف من الرأي المتشائم هي كالتالي. يسأل المتشائمون، ما هو الشيء «المغير» في الذكاء الاصطناعي؟ رافضين مساواة التكنولوجيا والتغيير بتصعيد إعادة الاختراع. هذا الفرع من النقد المتشكك يقدم مفهومًا للتغيير في مكان العمل يركز تحديدًا على تكيف الموظفين وتحسين المهارات وأشكال جديدة من الكفاءة الاقتصادية والابتكار التنظيمي. من المؤكد أن المتشككين مدركون لاجتياح الذكاء الاصطناعي الصناعات والمؤسسات والحياة العامة اليوم، ولكن الملفت أنهم يصرون على أن الذكاء الاصطناعي لم يسفر عن إعادة اختراع شاملة للاقتصاد والمجتمع، بل إن ردّهم هو «لا يوجد تغيير حقيقي». بالمقابل تقول النسخة الأشدّ من الرأي المتشائم إن الذكاء الاصطناعي سيخلق للبشرية مشاكل تفوق الحلول. فيمكن أن يدمر العديد من

الوظائف الحالية، وينتهك الخصوصية الشخصية، وقد يفلت من السيطرة الحكومية تمامًا، أو يعرض أسلوب حياتنا للخطر. كما علق الراحل ستيفن هوكينغ، «قد يرسم الذكاء الاصطناعي نهاية الجنس البشري». يرى المتشائمون أن التكنولوجيا ستصبح آلة ذاتية التغذية، سيستمر الذكاء الاصطناعي فيها بدفع البشر إلى خانة البطلان؛ وأن تقليل اعتمادنا على الذكاء الاصطناعي هو السبيل الوحيد لإصلاح ما قد يصير أزمة وجودية. ترسخ الروايات والأفلام المستقبلية هذا الرأي بسرديّات تشاؤمية مقنعة ومعقدة.

بالمقابل، يؤمن المتفائلون أن التقنية ستحسن العالم بطرق لا تخطر على بال وعلى نطاق بعيد عن إدراكنا اليوم[1][2]. سوف تحقق ذلك بالتعلم من نفسها في مسار أسيّ يحقق منفعة مشتركة للأفراد والاقتصاد. إن الذكاء الاصطناعي مهيأ لتوسيع الرخاء الاقتصادي على نحو جذري. من وجهة النظر هذه يعد الذكاء الاصطناعي لحظة تاريخية في تطوير التصنيع والخدمات عالميًا. لكن النتيجة النهائية لكل هذا معقدة وغامضة. يرى بعض المتفائلين أن العواقب الاقتصادية لتزايد الأتمتة واضحة: ستشهد نسبة القوى العاملة في التصنيع انخفاضًا شديدًا في جميع البلدان الصناعية. يساوي مارتن فورد،

---

(1) Brynjolfsson, Erik and McAfee, Andrew. 2014. *The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies.*

(2) Schwab, Klaus (2016) *The Fourth Industrial Revolution.* Geneva: World Economic Forum.

في كتابه صعود الروبوتات[1]، الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا الآلية مباشرة مع خطر مستقبلٍ بلا عمل. بينما يدعي غير أولئك من المتفائلين أن الذكاء الاصطناعي، ولو كان هدّامًا على نحو جذري، يخلق وظائف جديدة في أماكن أخرى من الاقتصاد. فقد أطلق تطور الذكاء الاصطناعي مجالًا غير مألوف من الخدمات والوظائف الثانوية، خاصة الأدوار التي تنفذ بوصفها «عملًا رقميًا»، مما أدى بدوره إلى ظهور صناعات وأعمال وحتى مهن جديدة[2].

نحن في معضلة أمام الذكاء الاصطناعي وتأثيراته الأكبر. في حين يبدو أن تأثير الذكاء الاصطناعي يزداد تعمقًا، لم يظهر أي دليل في جميع أنحاء العالم المتقدم على زيادة في الإنتاجية مرتبطة ارتباطًا مباشرًا بالذكاء الاصطناعي. لتوضيح ذلك فلننظر إلى مفارقة سولو[3]. عام 1987، أشار روبرت سولو الاقتصادي الحائز على جائزة نوبل، إلى أن الأثر الاجتماعي والاقتصادي لعصر الكمبيوتر ملحوظ في كل مكان، باستثناء إحصائيات الإنتاجية الوطنية. ظلت ملاحظته صحيحة عددًا من السنوات قبل أن تشهد بعض قطاعات الاقتصاد طفرة إثر قفزات تكنولوجية مختلفة. تُظهر الأبحاث الحديثة في هذا المجال أن الفجوة بين تبني التقنية وازدهار

(1) Ford, Martin (2015) *The Rise of the Robots: Technology and the Threat of a Jobless Future*. New York: Basic Books.
(2) Elliott, A. (2019) *The Culture of AI: Everyday Life and the Digital Revolution*. London and New York: Routledge.
(3) Solow Paradox.

الإنتاجية جليّة أيضًا في الدول المتقدمة تقنيًا والتي تستخدم الذكاء الاصطناعي. وذكر مؤلفو تقريرٍ أجرته ماكنزي أن «الرقمنة، التي تضم الحوسبة السحابية والتجارة الإلكترونية والإنترنت الجوال والذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وإنترنت الأشياء، تنطوي على وعد بفرص مهمة لتعزيز الإنتاجية، لكن المنافع لم تتجلّ بعدُ على نطاقٍ كافٍ». لكن استطلاعات أخرى للصناعة أجرتها الشركة نفسها حددت «احتمال نمو الإنتاجية بمعدل 2 ٪ سنويًا على الأقل خلال العقد المقبل، 60 ٪ منها تقريبًا من خلال الرقمنة»[1]. وخلص المؤلفون إلى التالي: «ذلك أقل من المعدل السنوي البالغ 2.5٪ الذي حُقق في أواخر التسعينات وبدايات الألفية، ولكنه يتجاوز بكثير المتوسط السنوي البالغ 0.5 ٪ في السنوات الأخيرة».

ينبغي أن نوضح ما هو على المحك هنا. إذا تضاعفت معدلات الإنتاجية أربع مرات فعلًا كالمتوقع، فسيكون ذلك لأن الابتكار التجاري قد «واكب أخيرًا الفرص التي أوجدتها الرقمنة». توجد هنا صلة مباشرة ومهمة مع الذكاء الاصطناعي، وقد بدأت الحكومات والمنظمات تزداد وعيًا بذلك. عام 2017 أصبحت الإمارات العربية المتحدة أول دولة تعين وزيرًا للذكاء الاصطناعي. أما حكومة المملكة المتحدة فقد وعدت مؤخرًا بإتاحة البيانات للمساعدة في تسريع اعتماد الذكاء الاصطناعي. قالت وزيرة الثقافة والاتصالات

---

(1) Krishnan, Mekala, Mischke, Jan, and Remes, Jaana (2018) «Is the Solow Paradox Back?», *McKinsley Quarterly*, June

والصناعات الإبداعية مارغو جيمس خلال حديثها في منتدى صناعي، إن الحكومة من خلال العمل مع القطاع الصناعي ستكون قادرة على تحقيق «الفوائد الكاملة للمجتمع والاقتصاد التي يمكن أن تنتج عن الذكاء الاصطناعي»، ذلك فقط إذا استخدم على نطاق واسع. وجاء هذا البيان على خلفية بعض التوقعات في مجال الصناعة بأن يضيف الذكاء الاصطناعي نحو 16 مليار دولار إلى الاقتصاد العالمي بحلول عام 2030.

يبلغ الذكاء الاصطناعي صميم حياتنا، فيؤثر بعمق على العلاقات الاجتماعية والهوية الشخصية ويعيد تشكيلها. إنها إعادة اختراع معمقة للاقتصاد والمجتمع. الطرق المعقدة لتفاعل الناس مع التقنيات الجديدة تغير شكل التطور اللاحق لتلك التقنيات ذاتها بشكل جذري. من أهم سمات الذكاء الاصطناعي المتقدم ذوبان الحدود بين الناس والآلات إلى درجة كبيرة، مما يعزز بدوره نمو فرص التفاعل بين الإنسان والذكاء الاصطناعي في البيئات التقنية المتنوعة. باختصار، فإن لوجوه التفاعل بين الأشخاص والآلات تبعات عميقة على طريقة عملنا وعيشنا وتفاعلنا واختلاطنا على أشد المستويات أساسية. الفأرة ولوحة المفاتيح مثلًا صارت في طريقها نحو خانة التقنيات البائدة، لتحل محلها أنظمة اللغة الطبيعية الذكية التي تندمج بسلاسة في حياتنا اليومية.

لمجموعة من الأمثلة المذهلة، انظر إلى تقرير شركة ديلويت حول الابتكار في مجال الذكاء الاصطناعي عام 2018. يشير التقرير

إلى أن تفوق التعلم العميق على التعلم الآلي التقليدي يجري على قدم وساق، حيث تتعلم كل طبقة لاحقة في الشبكة من الطبقة السابقة. يقول التقرير: «من الممكن الآن إنشاء شبكات عصبية للتعلم العميق تعمل بسرعة ودقة كافيتين ليكون لها استخدامات عملية في العالم الحقيقي». «لهذا السبب نشهد نقلة نوعية في مجال الحوسبة، طفرة في الذكاء الاصطناعي تنفق فيها الشركات المليارات لتطوير تقنية التعلم العميق». ويسلط التقرير الضوء على بعض الأمثلة المثيرة للاهتمام، من بينها دوكسول، نظام ذكاء اصطناعي يشمل طائرات مسيرة وروبوتات تراقب كل مرحلة من مراحل عملية البناء، ويمكنها تنبيه المديرين إلى أية مشاكل محتملة. من الجدير بالذكر أيضًا شركة إسرائيلية ناشئة تسمى 3DSignals، تستخدم مستشعرات لرصد الأصوات الصادرة عن الآلات، مع خوارزمية يمكنها تنبيه المديرين إلى العطل أو الخلل المحتمل قبل حدوثه. في الذكاء الاصطناعي بالقطاع الصحي، كورتي هو نظام للتعرف المبكر على السكتة القلبية، يمكن أن يمدّ المسعفين والطاقم الطبي بمعلومات أساسية لمساعدتهم في إنقاذ الأرواح. طور باحثون في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا أجهزة روبوتية مجهرية بحجم خلية واحدة تسمى syncells. يمكن لتلك الخلايا أن تتحرى المرض في مجرى دم الإنسان، ويمكن استخدامها لمراقبة الظروف في خطوط أنابيب النفط والغاز. إمكانيات هذا المجال مذهلة.

ولكن هنا يجد المتشائمون ما يؤيد رأيهم. Darwin Geo-Pricing

هو برنامج مضاف يمكن لشركات التجارة الإلكترونية استخدامه «لتخصيص الأسعار والعروض الترويجية بناءً على موقع العميل». ويمكّن برنامج آخر باسم Watson Ads المسوقين «من التفاعل مع العملاء بلغة طبيعية بينما يجمعون البيانات حول السلوك الاستهلاكي». ما زلنا لم نفق من كارثة كامبريدج أناليتيكا وموقف فيسبوك الذي بدا غاشمًا تجاه خصوصية عملائه. خلاصة الأمر أن الذكاء الاصطناعي يغير حياتنا بالفعل، ولو لم يكن الناس قادرين على رؤية تأثيره المباشر بسهولة. إنه يحرك الابتكار العالمي في دورة حميدة يمكن أن تجلب فائدة اقتصادية هائلة، ولكن قد يستغرق تحقيقها بعض الوقت.

استبدال الأطباء: الروبوتات الطبية تعيد اختراع الرعاية الصحية

قليل من القطاعات سيكون أثر الروبوتات فيها أعمق من أثرها في مجال الرعاية الصحية. ليست الروبوتات الطبية شيئًا مستقبليًا، فهي موجودة اليوم، وتساعد الطواقم الطبية في التشخيص والجراحة والرعاية والتعافي، وقد أعادت تصميم أسلوب الحياة الصحي. إنها مسألة وقت فقط قبل أن تصبح جزءًا من عيادة الطبيب العام بقدر السماعة وجهاز مراقبة ضغط الدم. خوارزميات التعلم الآلي صارت بالفعل جزءًا من عادات الرعاية الصحية اليومية لدينا؛ ترسل لنا تذكيرًا لتحديد موعد؛ تتابع رياضتنا ونومنا وعاداتنا

الغذائية؛ يمكنها أن تحدد بدقةٍ الأورام الميلانينية المحتملة، وتراقب مستويات الطاقة، وتخطط إحصاءات الخصوبة وتقارن البيانات التشخيصية الأخرى. يشير تقرير صناعي حديث في بريطانيا إلى أن قيمة تقنيات الذكاء الاصطناعي في القطاع الصحي ستبلغ خمسة مليارات جنيه إسترليني على مستوى العالم بحلول عام 2021، ما يمثل نموًا بنسبة 40 ٪ في أسواقها الحالية. ويذكر تقرير أميركي صدر في نهاية يناير أن قيمة سوق الروبوتات الطبية العالمي ستبلغ 18.5 مليار دولار عام 2040.

إحدى التطورات التكنولوجية المذهلة هي تلك المتعلقة بإمكانية الرعاية الصحية المؤتمتة، وخاصة مستقبل الروبوتات الجراحية. خذ مثلًا روبوتات جراحة البطن، التي كانت القطاع الأسرع نموًا في صناعة الأجهزة الطبية عالية التقنية. تتوقع الأبحاث نموًا عالميًا من 2.7 مليار دولار في عام 2016 إلى 15.8 مليار دولار بحلول عام 2023. تشمل تطبيقات الجراحة الروبوتية عددًا من التقنيات المهمة، أجدرها بالذكر نظام دافنشي الجراحي، الذي صنعته شركة Intuitive Surgical في ولاية كاليفورنيا. قدرته على إجراء عمليات معقدة بالحد الأدنى من البضع، وبتوجيه الجراح من وحدة التحكم، جعله واسع الاستخدام في عمليات استئصال البروستات وإصلاح صمامات القلب والجراحات النسائية بما فيها استئصال الرحم. وقد وصف بأنه أشبه بلعبة فيديو لا بكمبيوتر. ليس دافنشي وافدًا جديدًا، فقد أقرت إدارة الغذاء والدواء الأميركية استخدامه منذ

قرابة 20 عامًا. يكلف كل روبوت دافنشي أكثر من مليوني دولار أميركي (2.82)، ويوجد منه حوالي 5000 روبوت في المستشفيات حول العالم.

لكن روبوت دافنشي لم يسلم من النقد، إذ نسبت إليه بعض الوفيات، وهو مكلف مقارنة بالجراحة التقليدية. تقول بعض التقديرات إنه يكلف حوالي عشرة أضعاف التكلفة التقليدية لبعض العمليات، مثل التنظير. السؤال هو، هل تتفوق الروبوتات على الجراحين بالدقة والتحكم في غرفة العمليات؟ في جراحة العين التصحيحية، تصنع الأنظمة الآلية شقوقًا دقيقة في قرنية المريض يستحيل مثلها على اليد البشرية الخرقاء. في جراحة استبدال الركبة، تقطع الروبوتات شبه المستقلة العظام بدقة يعجز عن تحقيقها العديد من أبرز المختصين. وفي جراحة زرع الشعر، تستخدم الأنظمة الروبوتية لتحديد بصيلات الشعر الصحية، وحصادها، وإجراء شقوق دقيقة في فروة رأس المريض استعدادًا للزرع.

الانتقال إلى الجراحة الروبوتية المستقلة ينطوي على تغييرات مهمة للغاية في أنظمة الطب والرعاية الصحية، ويوجد مجموعة من المسائل المعقدة والمشكلات الأخلاقية الناشئة التي تتطلب استجابات حكيمة من السياسة العامة، الآن وفي المستقبل. لكن النقلة من جراحات الروبوتات المسيّرة إلى المستقلة تحدث بسرعة أكبر مما توقع العديد من الخبراء. إن ما نشهده اليوم هو فجوة تزداد اتساعًا بين الجراح «التقني» والجراح «التقليدي». خذ مثلًا تقنيات توصيل

الأدوية الذكية أو القابلة للزرع التي كانت قيد التطوير لفترة ماضية. ظهور الأجهزة الجراحية الروبوتية المصغرة والروبوتات القابلة للابتلاع أخذ بثورة الذكاء الاصطناعي في مجال الرعاية الصحية إلى مستوى جديد، وفيما يلي أمثلة توضح هذه النقطة. طورت شركة Rani Therapeutics روبوتًا قابلًا للبلع، مصممًا بحقنة ذات تكوين نشوي يمكنها إيصال الأدوية إلى مواقع محددة من الجسم، كالأمعاء مثلًا. وابتكر باحثون في معهد ماكس بلانك بألمانيا منظارًا قابلًا للبلع، وهو روبوت مصغر يستطيع المسعفون التحكم به من خارج جسم المريض، ويمكن له المرور عبر الأمعاء البشرية وإجراء خزعة بالإبرة. واختبر باحثون بمدرسة البوليتكنيك الفيدرالية السويسرية في لوزان أفكارًا في الروبوتات الناعمة، فصمموا روبوتات ناعمة مصنوعة من مادتي الجيلاتين والغليسرين الصالحتين للأكل. هذه الروبوتات الناعمة قابلة للتحلل، يفككها ويهضمها جسم المريض. من الاستخدامات الممكنة لهذا البحث هو نقل الغذاء، حيث يؤدي الروبوت الصغير دور الغذاء بشكل فعال.

لاستخدام تقنية الروبوتات في مجال الرعاية الصحية إيجابيات وسلبيات. الروبوتات مبنية على أسس رياضية، وبالتالي فهي مصممة ليس فقط لاتباع الأدلة ولكن لتحليل جميع البيانات المتاحة، بينما يميل الأطباء البشر إلى التمييز بين المعلومات المتوفرة ويملكون تحيزات متأصلة تفضل بعض المعلومات على غيرها، وقد لا يرون الروابط بين معلومات متباينة في بعض الأحيان. بالمقابل

لا تقدم الروبوتات فوائد معنوية، مثل الرعاية الإنسانية التي يمكن أن يمنحها الطبيب أو الممرضة أو غيرهم من العاملين في الرعاية الصحية. المستوى الإجمالي للابتكار العلمي والتكنولوجي في هذا المجال مذهل، لكن ليس من السهل تحديد ما إذا كانت الروبوتات القابلة للبلع ستحول البشر إلى سايبورغ وتحدث ثورة في الرعاية الصحية، أو ما إذا كانت العديد من هذه الابتكارات في الطب الروبوتي والتوصيل الآلي للأدوية، ببساطة، أحدث أشكال توق المجتمع إلى اليوتوبيا التقنية. ما يبدو جليًّا هو أن العديد من هذه النقلات في الرعاية الصحية والتقنيات الطبية غير مسبوق في التاريخ، وبالتالي يطرح أمام المجتمع والثقافة والسياسة والقانون فرصًا ومخاطر جديدة بنفس القدر.

محادثة روبوتات الدردشة: إعادة اختراع فن الحوار

عام 2018 أطلقت غوغل «دوبلكس»، المنجز الذي سوّقته بوصفه القفزة التالية في الذكاء الاصطناعي، وقدمته كروبوت بصوت بشري، يجري محادثات مع أشخاص لم يميزوا أنهم يتحدثون إلى روبوت. جذب دوبلكس اهتمامًا كبيرًا بتنفيذه العديد من المهام اليومية، مثل إجراء مكالمات هاتفية نيابة عن المستخدم لجدولة المواعيد وإجراء الحجوزات في المطاعم وحجز العطلات. يستخدم هذا المساعد الشخصي الافتراضي، الذي وصف بأنه أكثر الروبوتات الناطقة تعقيدًا حتى الآن، أنماط الكلام الطبيعية التي تشمل التردد

ومجموعة من التأكيدات، مثل «مم، همم» و«اه»، حتى أن كثيرين وجدوا صعوبة بالغة في تمييز مكالمة دوبلكس عن مكالمة هاتفية عادية. مهدت الطريق لهذا الإنجاز التطوراتُ في أنظمة التعرف التلقائي على الكلام، وتحويل النص إلى كلام، والبحوث الاجتماعية حول طريقة ضبط الناس سرعة أحاديثهم في السياقات الاجتماعية اليومية.

إن لعلم الاجتماع، في الواقع، أهمية خاصة للمساعدة في فهم الآثار المغيرة لدوبلكس، وذلك لأن علم الاجتماع ركز لفترة طويلة على دراسة الكلام، أو الحوار بشكل أكثر دقة، كوسيلة أساسية لإنتاج وإعادة إنتاج الحياة اليومية. كتب عالم الاجتماع الراحل ديدري بودن أن التفاعل الاجتماعي البشري مكون من «الحوار والحوار والحوار والمزيد من الحوار». الحوار بين شخصين ليس فقط وسيلتنا لتبادل المعلومات بل هو وسيلتنا لتنفيذ العديد من المهام أيضًا، مثل طلب البيتزا وحجز تذاكر الطيران وتأكيد الاجتماعات. روعة دوبلكس، وافتتان الناس -مرة أخرى- بغوغل، يرجع إلى أنه يكشف إمكانيات الذكاء الاصطناعي التي ستسمح بتكليف الروبوتات أكثر فأكثر بمهام الحوار العديدة التي نجريها في الحياة اليومية.

ذكر عالم الاجتماع الأميركي الأسطوري إرفينغ غوفمان أن في تواصلنا وجهاً لوجه توقعًا لما أسماه «الانتباه المتبادل». إننا نركز انتباهنا على الآخرين عندما نتواصل، أو على الأقل «نبدي انطباعًا» بأننا نركز اهتمامنا على الآخرين الذين يحدثوننا، حتى لو كان فكرنا

مشغولًا بأشياء أخرى أيضًا. غوفمان رأى أن الانتباه المتبادل أحد «القواعد السلوكية الأساسية» التي تحفظ تماسك مجتمعاتنا. لكن المثير للدهشة اليوم، أن قاعدة الاهتمام المتبادل هذه يمكن أن تهدم بالكامل إذا واصلنا كمجتمع تصعيد عدد محادثاتنا مع الآلات الذكية. بخلاف الحوار وجهًا لوجه، لا يتطلب روبوت الدردشة والمساعد الشخصي الافتراضي منا بذل جهد في إجراء المحادثة. لا يهم إذا كنا منتبهين بشكل خاص أو مهذبين أو جذابين، ولسنا مضطرين إلى أن نكون مراعين أو مسلين أو إلى إثبات ذكائنا. ولكن هنا، كما ترون، تكمن المعضلة. إذا انتفت ضرورة إظهار الاهتمام، فمن الممكن أن يعيد التحدث الدائم إلى الآلات تصميم طريقة تحادثنا. أولًا، من المحتمل جدًا أن يحدث انخفاض شديد في قدر العاطفة المبدى في الحديث اليومي، وقد ينتهي بنا الأمر مع المعادل اللغوي للإيموجي! ثانيًا، قد يكون للتحدث بهذه الطريقة الجديدة والأكثر فاعلية مع الآلات الذكية تأثيرات هائلة على كيفية حديثنا مع الآخرين، وقد نشهد بمرور الوقت إعادة اختراع شاملة لـ «قواعد اللعبة» الخاصة بكيفية إجراء حوار في المجتمعات الحديثة.

لطالما أقلقت هذه المخاوف، بشكل أو بآخر، مجال الذكاء الاصطناعي. عام 1950 صمم عالم الكمبيوتر آلان تورينغ تجربة للإجابة على أحد الأسئلة المستمرة في هذا المجال: هل من الممكن صنع روبوت يمكن ظنه إنسانًا؟ كانت الإجابة حتى الآن «لا» عمومًا. وسبب ذلك أن لغات الآلة تستجيب للكلام مستمدة

من قاعدة بيانات هائلة من التعليمات البرمجية والألفاظ المكتوبة ومحادثة الشبكة. لذلك يندر أن يستطيع روبوت الدردشة والمساعد الشخصي الافتراضي الاستجابة للتحولات غير المتوقعة والتعقيد الشديد في المحادثة العادية، إلا بأبسط الطرق. براين كريستيان، مؤلف كتاب «الإنسان الأكثر إنسانية: ماذا يعلمنا التحدث مع أجهزة الكمبيوتر عن معنى أن نكون أحياء»، كتب عن لغة الآلة الذكية، «ما تحصل عليه من ترقيع بين مئات الآلاف من المحادثات السابقة، هو نوع من معجون المحادثة. مكون من أجزاء بشرية، لكنه أقل من كلٍّ بشري».

لا شك أن لغة الآلة تختلف اختلافًا كبيرًا عن الحديث اليومي من جوانب عدة (سنتناول بعض هذه الاختلافات بمزيد من التفصيل تاليًا)، ولكن هذا لا يعني أن بوسع الناس دائمًا أن يميزوا بسهولة بين لغة الآلة والحوار الاجتماعي (كما في حالة دوبلكس)، بين عوالمهم الافتراضية وتلك الواقعية، أو بين ثقافة الذكاء الاصطناعي والحياة الاجتماعية اليومية. أحد الشروحات القوية عن سبب ذلك صدر عن شيري توركل، عالمة النفس في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا. في كتابها الآسر «وحيدون معًا»[1]، تربط توركل بين التطورات في الذكاء الاصطناعي وتراجع الذكاء العاطفي. بالنسبة إلى توركل، يخلق الذكاء الاصطناعي وهم التواصل -من

(1) Turkle, Sherry (1995) (2017) *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.

خلال توصيات أمازون والمساعد الشخصي الافتراضي والحيوانات الروبوتية الأليفة- لكن الهوية الشخصية تصبح هشة ومستنزفة نتيجة لذلك. «إن أجهزتنا الجديدة»، كتبت توركل، «توفر حيزًا لظهور طور جديد للذات، مقسم بين الشاشة والواقع المادي، متصل بالوجود من خلال التكنولوجيا». بالنسبة إلى توركل، العالم الرقمي اليوم من وسائل التواصل الاجتماعي والألعاب الحاسوبية والروبوتات الاجتماعية «يأكل» الذات. فالآلات الذكية تفرض مطالب جديدة على مواردنا العاطفية، في حين أصبح الناس «أكثر انفتاحًا على فكرة أن يكون البيولوجي آليًا والآليّ بيولوجيًا». الخطر هنا يهدد بشكل خاص التكوين العاطفي للطفولة نفسها. كتبت توركل:

«يحتاج الأطفال إلى الاختلاط بأشخاص آخرين لتطوير التبادلية والتعاطف، التفاعل مع الروبوت لا يمكن أن يعلمهم ذلك. البالغون الذين تعلموا مسبقًا التعامل بسلاسة وسهولة مع الآخرين، ويختارون «الاسترخاء» مع أشكال أقل تطلبًا من «الحياة» الاجتماعية، هم أقل عرضة للخطر».

بعبارة أخرى، الآلات الذكية المجهزة بلغة الآلة اللانهائية، مسبقة الصنع والباردة، تسلب الذات صحتها العاطفية.

يمكن القول إن التحدث مع روبوت الدردشة ينطوي بالفعل على سيكولوجية تفاعل جديدة، تختلف تمامًا عن التحدث مع الزملاء أو الأصدقاء أو العائلة. من وجهة النظر هذه، تسلط روبوتات الدردشة الضوء على بعض الاختلافات الرئيسية بين لغة الآلة

والحديث العادي. من المفيد هنا أن ننظر في أفكار إرفينغ غوفمان حول اللغة، وبخاصة تأكيده على الأهمية الكبرى للحوار في الحياة اليومية. يرى غوفمان أن الحوار ليس قائمًا على اللغة بوصفها نظامًا لغويًا، بقدر ما يتعلق بالحديث اليومي الموجود في سياقات أداء المهمات اليومية. إنه يربط الحوار بأشكال لا تحصى من الخبرات اليومية، وتوضح كتاباته أننا حين نكلم الآخرين نادراً ما تحدث هذه الحوارات بطريقة سلسة أو مرتبة من الناحية التقنية. مثلًا، تتخلل الحوارات اليومية مجموعة من الطوارئ أو الحوادث أو الترددات: إذ يبدأ الناس فجأة، ويقطعون من حين لآخر، مسارات الحديث؛ وتبادل الأدوار لا يكون منظمًا تمامًا؛ وبصورة عامة، تكون طبيعة الكلام الذي يشكل المحادثات مجزأة للغاية. كما يشير غوفمان، فإن الحوار اليومي بعيد كل البعد عن «الحوار المثالي» المقدم مثلًا في النشرات الإخبارية التلفزيونية أو الإذاعية. وهذا بالضبط ما يجعله يعدّ إنتاج الذات أداءً ماهرًا. ما يضفي على الحوار اليومي دقته هو مهارة العناصر البشرية في التنقل بين تعقيدات التفاعل الاجتماعي في حالات الوجود المشترك.

على الرغم من أن كتابات غوفمان تسبق الثورة الرقمية، تساعدنا وجهة نظره على رؤية بعض الاختلافات الجوهرية بين الحوار اليومي والحوار الآلي بشكل أفضل. من الواضح أن روبوت الدردشة أو المساعد الشخصي الافتراضي مثل سيري أو ألكسا، الذي يستخدم برامج معالجة اللغة الطبيعية، يختلف تمامًا عن محادثات الناس

العادية. فلغة الآلة، كما أكدت سابقًا، تَظهر كجزء من تسلسل مسبق البرمجة، مبنيّ من خلال التعلم الآلي. بالنتيجة لا يمكن أن يستجيب الكلام الآلي عادة لطوارئ الحوار إلا بطرق بسيطة للغاية، أو على الأقل هذا هو الحال حتى الآن. يمكن برمجة الآلات الذكية لخلق انطباع «الحوار الفوري» عند استجابتها لاحتياجات المستخدم، ولكن إنتاج لغة الآلة، في الواقع، مستمد من قاعدة بيانات هائلة من التعليمات البرمجية والألفاظ المكتوبة والشبكات الحسابية المعقدة. على سبيل المثال، تتكون معظم برامج روبوت الدردشة والمساعد الافتراضي من «ردود مناسبة» مبرمجة حتى للمحادثات الأشد غموضًا. وجد العديد من الناس التوجه العالمي المتزايد نحو تدعيم التفاعل الشخصي بالتفاعل الرقمي، وبلغة الآلة تحديدًا، أمرًا يحدث تجزئة وتغريبًا اجتماعيين؛ بالمقابل استجاب كثير من الناس بشكل جيد لتحديات تعدد المهام التواصلية. على النقيض من التفاعل الشخصي، الذي تتطابق فيه إحداثيات المكان والزمان الخاصة بأطراف الحوار، يتضمن التفاعل الرقمي (بما في ذلك الحديث بين آلة وشخص) تقاطعات زمانية ومكانية معقدة، يربطها أو يدمجها معًا المشاركون الذين يستخدمون التقنيات الرقمية.

في الواقع، يتكون قدر متزايد من الحياة الاجتماعية اليوم من مزيج جديد من التفاعل المادي والتواصلي والرقمي والافتراضي. إننا في عالم يؤدي فيه الأشخاص مهامًا متعددة على شاشات متعددة، غالبًا ما تتمّ إلى جانب التفاعل الشخصي المتكرر. صار عدد كبير من

الأشخاص يوزعون انتباههم على مهام متعددة وشاشات متعددة، مثل استخدام الهاتف الذكي أو عقد اجتماع زوم على جهاز أيباد أو محاورة روبوت الدردشة. إلى أين يتجه كل هذا، وما هي العواقب الدقيقة لطريقة حديثنا وتواصلنا؛ لا يمكن لأحد -خبيرًا كان أو شخصًا عاديًا- أن يجيب عن ذلك بأي درجة من اليقين. لكن من الواضح أن ما يحدث اليوم هو إعادة اختراع، تجري أحيانًا في خلفية حياتنا، لبعض الآليات الأساسية التي تجمع بين إنتاج المجتمع وإعادة إنتاجه.

الذكاء الاصطناعي وإعادة اختراع التنقل

لطالما كان الذكاء الاصطناعي، وخاصة الآمال والمخاوف التي تحركه، متغلغلة في الثقافة الشعبية. بالنظر إلى أفلام مثل The Automaton، The Android، وMaschinenmensch لمخرجه Fritz Lang، وRossum's Universal Robots لمخرجه Karel Čapek، يبدو أن الابتكار في التقنية يحاكي التخيلات الاجتماعية في الخيال العلمي، وهذه التقنيات بدورها تكثّف في المجتمعات عمومًا لتهويل رؤانا المثالية والكابوسية. لكن الذكاء الاصطناعي لا يتعلق بالمستقبل بقدر ما يتعلق باللحظة الحالية. حياتنا مشبعة بالفعل بالذكاء الاصطناعي، دليل ذلك مثلًا ظهور خرائط غوغل، وأوبر، وتوصيات أمازون، والمساعد الشخصي المدعوم بالذكاء الاصطناعي مثل سيري وألكسا وإيكو.

تؤثر ثورة الذكاء الاصطناعي بشكل خاص على المدن وتطوير وسائل النقل، من العمارة الخوارزمية الذكية إلى توظيف الروبوتات في قطاع البناء وحتى الطائرات المسيرة والمركبات ذاتية القيادة. غالبًا ما يُمنح مستقبل المدينة مكانة متميزة، وإن كانت متناقضة، في الفكر الغربي كرمزٍ للتقدم والمشكلات في آن واحد. يترك هذا التناقض أثره في الأفكار اليوتوبية مثل «غاردن سيتي» لإبينيزر هوارد إلى «المدينة الشعاعية» لكوربوزييه، بالإضافة إلى الديستوبيات الباردة اللاإنسانية التي صورت في أفلام مثل Blade Runner وRoboCop. لكن الذكاء الاصطناعي ترك بالفعل أثرًا عميقًا في الفضاء الحضري، على الرغم من أن الثورة الرقمية تحدث بطرق معقدة ومتفاوتة في مدن العالم. الذكاء الاصطناعي يعيد تشكيل مدن عدة حول العالم، منتجًا طرقًا جديدة «للتنقل». السيارات والشاحنات ذاتية القيادة، والحافلات بدون سائق والصيانة التنبؤية للمركبات، ومركبات الأجرة الطائرة المسيرة، ومواقف السيارات الآلية والطرق السريعة الذكية وغيرها من التطورات تغير شكل التنقل الحضري، الآن وفي المستقبل.

ترمّز البيئات الحضرية اليوم رقميًا ويعاد ترميزها من خلال شبكة معقدة من أجهزة الاستشعار المدمجة التي تحصد كميات هائلة من البيانات. تحلل البيانات بواسطة الخوارزميات، وتخزن في قواعد البيانات وتنشر عبر إنترنت الأشياء (IoT). إن المساحات الحضرية تطور الإمكانيات الحاسوبية بسرعة، وتطور معها نوعًا

من الحسية: أي القدرة على تحسس وجود سكان المدينة المجهزين بالأجهزة الذكية. خذ مثلًا برشلونة، التي يمكن القول إنها مدينة نموذجية للذكاء الاصطناعي وإنترنت الأشياء. تجمع برشلونة اليوم بيانات شاملة عن أنماط حركة المرور ومواقف السيارات وتلوث الهواء من خلال أجهزة الاستشعار والآلات الذكية. وتمثل مبادرة arcelona5GB المحتفى بها جوهر هذه الابتكارات، بتركيزها على الرقمنة الواسعة للمركبات الذكية ذاتية القيادة، وخدمات الطائرات المسيرة، والثورة الصناعية الرابعة[1] وتوفر الخدمات الصحية الإلكترونية عن بعد.

مع ذلك، يوجد انقسام كبير حول كيفية تأثير الذكاء الاصطناعي بالضبط على مدن المستقبل. وتأثيره على السفر والنقل والسياحة خصوصًا هو مكمن خلاف جوهري بين المتشائمين والمتفائلين بالتقنية. من ناحية، يرى المتشائمون أن التكنولوجيا ستخلق للمدن مشاكل أكثر بكثير مما يسعها حله. ستأخذ وظائفنا وتخترق خصوصيتنا وربما تخرج عن سيطرتنا، وقد تعرض أسلوب حياتنا للخطر. كما علق الراحل ستيفن هوكينغ: «قد يرسم الذكاء الاصطناعي نهاية الجنس البشري». يرى المتشائمون أن الذكاء الاصطناعي سيصبح آلة ذاتية الدفع، فيما تقصر التكنولوجيا في تخفيف المخاطر المتزايدة لثاني أكسيد الكربون وأكاسيد النيتروجين والجسيمات الدقيقة المحمولة جواً في المدن؛ وأن تخفيف اعتمادنا على الذكاء الاصطناعي

(1) Industry 4.0

هو السبيل الوحيد لإصلاح ما قد يصير أزمة وجودية للبشرية. بالمقابل، يرى المتفائلون أن التكنولوجيا ستحسن التنقل بطرق لا يمكن تصورها وعلى نطاق غير مفهوم بالنسبة إلينا اليوم. وسوف تفعل ذلك بالتعلم من نفسها في مسار أسيّ يحقق منفعة مشتركة للأفراد والاقتصاد. الذكاء الاصطناعي، كما يقول المتفائلون، مهيأ لتغيير المدن تغييرًا جذريًا نحو الأفضل. على سبيل المثال، سيستفيد سكان المدينة من تخطيط الرحلات الفوري، وخدمات التنقل المتعددة وتذاكر النقل بتقنية الشريحة الحيوية الدقيقة، وتستفيد سلطات النقل من البيانات الضخمة في تحليل حركة الأشخاص والمركبات، وتحديد الاختناقات المرورية، وتعديل الخدمات، وتسهيل خطط النقل طويلة الأجل.

تركز النبوءات المتعلقة بإعادة اختراع المدن بشكل خاص على إمكانيات التحرر والأمل بالسيارات بغير سائق. وعلى الرغم من توقع العديد من الخبراء ألا يتم الاعتماد الكامل للمركبات ذاتية القيادة حتى عقد 2030، يشكل الذكاء الاصطناعي المتطور عنصرًا أساسيًا في إطلاق العديد من المركبات المستقلة اليوم، مثل السيارات ذاتية القيادة والشاحنات الروبوتية، على شوارع العالم وطرقاته السريعة. شركات التكنولوجيا العملاقة مثل غوغل وأوبر، وكذلك شركات تصنيع السيارات مثل تسلا وجي إم وفولفو ودايملر وفورد وجاغوار وأودي وبي إم دبليو، تعمل جميعها على تطوير مركبات ذاتية القيادة. ويزعم تقرير صدر مؤخراً عن شركة

ماكينزي بعنوان «مستقبل النقل: كيف يمكن للمدن أن تستفيد؟» أنه «في 50 مدينة كبرى حول العالم، يسكنها 500 مليون شخص، يمكن لأنظمة التنقل المتكامل أن تحقق فوائد مثل تعزيز السلامة وتقليل التلوث، بقيمة تصل إلى 600 مليار دولار أميركي». أنظمة التنقل المتكامل هي تلك التي تمكن فيها بروتوكولاتُ الذكاء الاصطناعي الإدارية مجموعةً من وسائل النقل العامة والخاصة من التفاعل بينها، مما يؤدي، على سبيل المثال، إلى تحقيق مستوى التنسيق المطلوب للترحال «السلس» بين القطارات والطائرات والحافلات وركوب الدراجات والمشي، إلى جانب المركبات المقودة وذاتية القيادة. ومن الفوائد الموثقة لنظم الترحال السلس توفير التكاليف والوقت، وتخفيف الازدحام، وخفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، وإنعاش المراكز الحضرية. ومن أهم وعود تقنيات القيادة الذاتية، كما يشير التقرير، ازدياد سلامة الطرق، وانخفاض تكاليف النقل وتوسيع نطاق توفر التنقل. علاوة على ذلك، يقال إن إنترنت الأشياء في المركبات والبنية التحتية سيمكن من توليد البيانات من أجل تسهيل تخطيط الرحلات وتوجيه المركبات المستقلة بناءً على الظروف اللحظية.

في المحصلة، تتعلق التغييرات الرقمية بالناس بصورة رئيسية، إذ تسهل لنا العيش في أنماط الحياة الفورية والتنقل في المدن عالية التقنية بطرق جديدة. المركبات ذاتية القيادة، مثلًا، لا تتعلق فقط بتحسين التدفق المروري والسلامة العامة فحسب، بل هي مهيأة

لتغيير الطريقة التي يقضي بها الناس وقتهم على الطريق. أظهرت أبحاث حديثة أن الناس في المستقبل سيزيدون من قدرتهم على أداء أشكال متعددة من النشاط المتعلق بالعمل والترفيه أثناء التنقل. وسيزداد العمل والقراءة والدراسة والتحدث مع الآخرين من خلال الأجهزة الرقمية انتشارًا بين أولئك الذين يسافرون للعمل والترفيه.

مع ظهور المركبات الآلية، وبطلان اعتماد القيادة على سائق بشري، كيف يمكن أن تتطور هذه الاتجاهات وتتعمق؟ في كتابي الجديد «ثقافة الذكاء الاصطناعي»، اقترحت أن السيارة بغير سائق -مع تحرير السائق من مهمة القيادة وبالتالي إضافته إلى عداد الركاب- تعد بأن تصبح وسطًا جديدًا للمكوث. سيتمكن الركاب في المركبات الآلية من ممارسة أنشطة إبداعية بقليل من التشويش، مثل العمل والقراءة واستخدام الحاسوب أو التفكير وغيرها من أشكال اللهو. كما أن السيارات بدون سائق ستكشف عن إمكانيات جديدة للتفاعل الاجتماعي. سيعاد تصوّر مقصورة السيارات من الداخل في التصميم والتخطيط بعد أفول السائق البشري، مما يوفر مرونة أكبر للعمل والترفيه والحوار، سواء المباشر أو عبر الإنترنت.

بالتالي، يمكن القول إن السيارات «التي لا يقودها أحد» تخلق وسطًا جديدًا لـ«المكوث»، شرنقةً ذات تقنية متطورة، فيها الركاب معصومون من البيئة الخارجية بواسطة شبكات ذكية وأنظمة طرق معلوماتية من ناحية، ومحاطون بالأجهزة الإلكترونية الدقيقة

والتكنولوجيا الرقمية، بما في ذلك الإنترنت والبريد الإلكتروني والرسائل ووسائل التواصل الاجتماعي من ناحية أخرى. السيارة المستقبلية المستقلة تمامًا، قد تمثل ملاذًا وحيزًا خاصًا، ولو صغر، بين نقاط المغادرة والوصول.

إذن، ما مستقبل مدن الذكاء الاصطناعي؟ من ناحيةٍ، من المغري تصور مدن المستقبل كمزيج، مثلًا، بين هلسنكي (بوسائل نقلها المتعددة)، وسنغافورة (بتكاملها الرقمي السلس) وبوينس آيرس (باستخدامها الرائد لتحليل البيانات في إدارة حركة المرور). مع ذلك يرجح أن تكون أي محاولة للاستقراء من خلال المساحات الحضرية الحالية بعيدةً عن الصواب، نظرًا إلى أن الذكاء الاصطناعي جزء لا يتجزأ من الثورة الرقمية، وهذا أمر مهم لأنه، كما هو الحال مع جميع الثورات، لا يمكن لأحد أن يقول بأي درجة من اليقين إلى أين يتجه كل هذا. الذكاء الاصطناعي يغير المدن بطرق تجريبية على نحو جذري، وعلى ذلك فإن المدن نفسها هي التي يعاد اختراعها. سيكون مستقبل المدن، على الأقل فيما يتعلق بالتنقل، طوافًا، بدون مواقف، تظهر فيها خيارات النقل المتسلسلة (الدراجات والسيارات والسكوتر والحافلات والقطارات وسيارات الأجرة) رقميًا على برامج تخطيط الرحلات متعددة الوسائط. مدن الذكاء الاصطناعي المستقبلية، المدعومة بخدمات النقل التي تجمع بين نظام تحديد المواقع العالمي والاتصال الخلوي، ستكون بيئات لا خيار فيها سوى الاختيار. نستطيع رؤية لمحات من هذا في المساحات الحضرية اليوم،

من تأجير الدراجات بدون مواقف عبر برامج مشاركة الدراجات مثل Ofo وMobike، والدراجات الكهربائية من Bird وLime إلى خدمة Car2Go من دايملر لاستئجار السيارات مددًا قصيرة.

كيف يمكن أن يسير التصميم والتخطيط الحضري على ضوء ثورة الذكاء الاصطناعي؟ سيكون من الضروري وجود مجموعة من الاستراتيجيات لمواجهة الفرص والتحديات التي تنتج عن الذكاء الاصطناعي والمركبات ذاتية القيادة، بدلاً من اتباع نهج واحد. ومن الأشياء التي سيتعين إيلاء الاهتمام لها إجراء اختبارات في ظروف تحاكي الواقع، والعلاقات المعقدة بين المركبات بدون سائق والمركبات المقودة، ومتطلبات البنية التحتية، والأمن الرقمي، والالتزامات القانونية، والتبعات على العمل والتوظيف. ستعتمد الكثير من الأمور على تحقيق المزيج الصحيح من الإدارة العالمية والتنظيم المحلي ومشاركة المجتمع المدني ودعم الصناعة وامتثال الأعمال. سيكون تطوير وتعميق الوعي الرقمي لدى السكان أمرًا بالغ الأهمية. السؤال المهم هنا يتعلق بما إذا كانت مجتمعاتنا قادرة على تحمل وتيرة التغير والغموض الذي يطلقه الذكاء الاصطناعي وأنظمة المركبات ذاتية القيادة على وجه الخصوص، والتفاعل بشكل خلاق مع هذه الأمور والانفتاح أكثر تجاه التحول الرقمي المتطور باستمرار.

خاتمة

هيمنة إعادة الاختراع

بدأتُ هذا الكتاب بالإشارة إلى أن مجتمعات إعادة الاختراع انتشرت سريعًا في مدن الغرب البراقة والمترفة. ثقافة إعادة الاختراع، في ظل صعود العولمة والاقتصاد الإلكتروني العالمي، وباندماجها في النزعة الاستهلاكية المذهلة لدى المجتمعات الغربية، أصبحت اليوم واسعة الانتشار، وذاتية الدفع، وجزءًا من نظام الحياة الاجتماعية على نحو لا مفر منه. ليس بوسع أحد الهروب من التصنيع المستمر لمجتمعات إعادة الاختراع؛ لأنظمة إنقاص الوزن السريعة والتغييرات الشخصية والعمليات التجميلية والمواعدة السريعة وجلسات العلاج النفسي عبر الانترنت، وخفض العمالة ونقل المؤسسات إلى خارج البلاد. الدعوة إلى إعادة الاختراع، المسرفة والمفرطة دومًا، صارت في كل مكان: إعادة اختراع الهوية والجسد، والجنس والعلاقات، والمهن والشركات، والأماكن والنظام العالمي.

عندما نقول إن مجتمع إعادة الاختراع مسرف، فذلك يعني أن مذهب إعادة الاختراع مبني في الأساس على التجاوز، من بين

أمور أخرى. ثقافة إعادة الاختراع بأكملها ثقافة لا تعرف حدودًا، فهي تتجاوز نفسها باستمرار. أما الواقع، في إطار هذه الثقافة، فهو متناهي المرونة. في جوهر إعادة الاختراع قابلية غريبة للتضاعف الذاتي. بالمعنى الأوسع، مجتمع إعادة الاختراع ذاتي التكاثر، ومنتشر وتلذذي ومسرف. خذ مثلًا المزج الخبيث بين الخوف والمتعة الذي يغذي ثقافة رهاب البدانة اليوم. في عالم وسائل الإعلام المتاحة على مدار الساعة، والذي تشكله حتى جوهره النزعة الاستهلاكية والنزعة التجارية وثقافة الشهرة، يجري تحليل وتمحيص دائبان للأجساد البدينة (وبوادر البدانة). وإزاء التدقيق الإعلامي اليومي في أجساد المشاهير بحثًا عن أي إشارة لاكتسابهم الوزن، وقلق النساء والرجال من أن تجعلهم أنظمتهم الغذائية بدينين، يقدم مجتمع إعادة الاختراع قائمة لا حصر لها من حلوله التجارية لما يرتبط بالبدانة من تهديدات ومخاطر وموت اجتماعي. وتعد الصور الإعلامية للأجساد فائقة النحول والمصقولة والمثيرة جزءًا أساسيًا من كل هذا بالطبع. لكن إفراط ثقافة إعادة الاختراع يقتضي المزيد؛ إن في العديد من أشكال التقديم الإعلامي لإعادة الاختراع نوعًا من النشوة القاتلة، تبدو جليّة في ما يمارسه المجتمع اليوم من إهانة وإذلال الأجساد البدينة[1]. برنامج تلفزيون الواقع الأميركي «الخاسر الأكبر» يمثل هذا المزج بين الخوف والمتعة، في إضفائه الطابع الدرامي على ثقافة إعادة الاختراع. إذ توقف النساء مرتديات حمالات الصدر الصغيرة

(1) Lupton, Deborah (2012) *Fat*. London: Routledge.

والسراويل القصيرة الضيقة، كاشفة اللحم المتهدل والمحدد، بينما يستمتع الجمهور بمشاهدة المتسابقين البدناء يخضعون لأنظمة التمرين القاسية على أيدي المدربين الخبراء؛ هذه هي الصيغة التي يسعى من خلالها متسابقو هذا البرنامج إلى إعادة اختراع أجسادهم، كي يحاولوا الظهور بمظهر «طبيعي» أو «عادي». إننا نتحدث هنا عن متعة في إعادة الاختراع تثير الخوف ذاته الذي تسعى للتغلب عليه. من وجهة النظر هذه، يبدو مجتمع إعادة الاختراع وهمًا هدامًا، يتبرأ فيه الرجال والنساء مما لا يمكنهم تحمله في حياتهم، أو يتخلصون منه.

لكن إذا كان في الأمر وهم، ففيه مرونة أيضًا. إعادة الاختراع عبارة عن خيارات تتكاثر وبدائل مرتجلة وصرعات باذخة. إلى جانب الطبيعة الهدامة والمؤذية والمسرفة لثقافة إعادة الاختراع، بنزعتها التجارية الفظة وروحها العنيفة، ونزعة التغيير المهيمنة وسيولتها الصادمة، فإننا نتعامل مع الطرق المعقدة والمتناقضة التي يهدم من خلالها النساء والرجال القيم التقليدية، ويخلقون معاني جديدة، ويشكلون قواعد متفقًا عليها، ويختبرون الحياة وإمكانياتها. من هذه الزاوية، تذكرنا إعادة الاختراع أننا في مواجهة أساليبنا التقليدية في فعل الأشياء، ننتهي إلى مواجهة أنفسنا. لا يمكننا أن نتناول بالنقد أحلامنا ومشاريعنا وندركها بشكل أفضل، إلا من خلال النظر إلى الأساليب القديمة والأشكال السابقة لعيش حياتنا. بالتالي فإن إعادة الاختراع هي، من بين أشياء أخرى، تفاعل

دائم (مهما ضؤل) مع حدود الاختراع. نعم، قد يكون مجتمع إعادة الاختراع زاخرًا بأوهام النزعة الاستهلاكية أو ثقافة الشهرة، إلا أن تيارات ثقافة إعادة الاختراع تقدم الوعد بالتفاعل مع أكثر من مستقبل بديل. هذا هو أحد الأسباب التي تجعل النساء والرجال المعاصرين يخضعون لمجتمع إعادة الاختراع. ليست المسألة أن الناس يتعرضون للخداع، بل إننا ننظر في سرديات إعادة الاختراع التي يروونها -لأنفسهم وللآخرين- من أجل مجاراة عالم العولمة المتقدمة ومواجهته.

في ختام هذا الكتاب، أود أن أستكشف المزيد عن رغبتنا بإعادة الاختراع بأشكالها المختلفة، وخوفنا منها وضيقنا وافتتاننا بها. وأريد أن أفعل ذلك بلغة اصطلاحية مقارنة بالأقسام السابقة، مع تركيز خاص على بعض الأفكار المفاهيمية المستمدة من العلوم الاجتماعية، خاصة النظرية الاجتماعية. أريد أن أقترح أننا، عندما ننخرط في ممارسات إعادة الاختراع بأي طريقة كانت، نبتعد عن الأفكار الموروثة أو التقليدية حول ما يعدّ الطرق المناسبة لفعل الأشياء أو الطرق التقليدية للعيش. هذا ينطوي، في جزء ما، على حَيدٍ من أنماط التكرار، ولكن ليس كليًا. فإعادة الاختراع، كما سنرى، تعتمد بشكل كبير على الرغبة العاطفية بالتكرار، مما سيستدعي دراسة أدق للملامح العاطفية للذات في العصر الحالي. بالنتيجة، فإن إعادة الاختراع، في الواقع، تجريبٌ للنسخ الممكنة من الذات، والنسخ البديلة للحياة الاجتماعية. من هذا المنظور قد

تكون إعادة الاختراع مصدر تمكين، بل ومصدر تحرر. ويمكن أن تكون بالمقابل معوّقة، بل ومرَضية.

من عصر الانعكاسية إلى إعادة الاختراع

طرح هذا الكتاب أفكارًا جديدة فيما يتعلق بالتغييرات المعاصرة للذات والمجتمع، في محاولة لتوفير مقدمة وافية وسهلة وممتعة لموضوع إعادة الاختراع، بدءًا من إعادة الاختراع العلاجية للذات حتى إعادة الاختراع التجارية للشركات متعددة الجنسيات. فرضيتي الأساسية مفادها أن ممارسات الهوية المعاد اختراعها، التي تكاثرت في ظروف العولمة المتقدمة، تزداد وضوحًا في هذه السنوات الأولى من القرن الحادي والعشرين. في قلب اقتصادات إعادة الاختراع العالمية، نجد الرغبة بإعادة بناء وتعديل وهيكلة وتنظيم الممارسات الاجتماعية، بالإضافة إلى هويات الذين يؤدون هذه الممارسات. لقد جادلت أن هذا الدافع لإعادة الاختراع أصبح أكثر اندماجًا في الحياة المعاصرة، ويمثل أحيانًا «نقطة تحول» لكثير من أشكال الإدمان والهوس والسلوكيات القهرية المعاصرة.

ما يساعد على إنشاء مجتمع إعادة الاختراع على المستوى المؤسسي ينطبق على ذواتنا، بترسيخ يقرّ عميقًا على مستوى الحياة الشخصية والعواطف. في الواقع، إن رغبتي في فهم التقاء التغيرات الداخلية والخارجية في حياة الناس اليوم هي بالتحديد ما دفعني إلى طرح فكرة «إعادة الاختراع» بوصفها دافعًا أساسيًا في الحياتين

الشخصية والمهنية. في صميم هذا التوجه نحو إعادة الاختراع، يكمن افتتان ثقافي عميق بالتغيير وضغطٌ مؤسسي باتجاهه. وثقافة إعادة الاختراع اليوم لها تبعات عميقة على إعادة تنظيم العلاقات بين الذات والمجتمع. بمصطلحات علم الاجتماع، يؤثر «مجتمع إعادة الاختراع» داخليًا وخارجيًا. انتصار العولمة يكمن في أن تأثيرها غير محصور على محور أفقي، تعولِم فيه عملياتِ رأس المال متعدد الجنسيات والتقنيات الرقمية الجديدة في جميع أنحاء العالم. فهي تؤثر أيضًا، وبشكل أساسي، على محور عمودي، فتعيد تشكيل الهويات وتسخّر روح إعادة الاختراع لخدمتها. ليس هذا نقاشًا حول الميول الشخصية إزاء العالم الاجتماعي، بل الانشغال الاجتماعي العميق بتكوين الذات في ظروف العولمة المتقدمة. في الظروف الاجتماعية الحالية، التي يعاد فيها تشكيل الحياة الشخصية من خلال العولمة المدفوعة بالتكنولوجيا وتطوير الرأسمالية، ليست فردية الفرد بحد ذاتها هي الأهم. المهم هو كيف يعيد الأفراد تكوين هوياتهم، والأشكال الثقافية التي يمثل الناس من خلالها التعبير والرغبة الفرديين، وربما قبل كل شيء، السرعة التي يمكن بها إعادة اختراع الهويات وتغييرها على نحو فوري. هذا التأكيد على التغيير الفوري، ولا سيما المخاوف التي يفترض به التخلص منها أو تخفيفها، هو الذي يميز نظرية مجتمع إعادة الاختراع عن غيرها من خصائص عصرنا في العلوم الاجتماعية، كما سنرى الآن.

أحد الألغاز الأكثر إثارة للاهتمام في العصر الحالي هو كيفية تعامل

الناس مع الطفرة في الاختيار التي أحدثها الاقتصاد الإلكتروني العالمي. يمكن القول إن الناس لا يملكون خيارًا سوى الاختيار. هذا التوسع الهائل في الاختيار يبدو جليًا في ثقافتنا الاستهلاكية الاستثنائية، بالإضافة إلى الحياة المهنية والعمل، والعلاقات والحياة الأسرية، وفي السفر والسياحة وفي مختلف مجالات الحياة الاجتماعية. الأمر الأكثر لفتًا للانتباه، والذي بدأ نتيجة انتشار الاختيار، هو أن النساء والرجال باتوا مضطرين للتفكير أكثر في الخيارات والإمكانيات والمسارات والفرص والبدائل. الملفت أيضًا أن العولمة تجعل منا جميعًا متحرّين؛ نراقب أنفسنا والآخرين، ونرصد عن كثب آخر التغييرات والتوجهات في الحياة الاجتماعية، ونقلّب الاحتمالات الاجتماعية بحثًا عن المتعة. كل هذا يظهر في السياق المؤسسي للعولمة وما ينتج عنها من تقنيات معلوماتية جديدة ونزعة استهلاكية متفشية. كل هذا يحدث في إطار «عالمنا المنفلت»، وهو عنوان كتاب لعالم الاجتماع أنثوني غيدنز[1]. إنه عالم، وفقًا لغيدنز، يتشكل حتى جوهره من خلال الانعكاسية، بعبارة أخرى، إنه عالم مراقبة الذات والملاحظة والتسجيل والمراجعة والتعديل.

ولكن ما المقصود بالضبط بمفهوم الانعكاسية؟ وكيف تعمل؟ الانعكاسية، كما شرحها غيدنز، هي عملية تقييم ذاتي تعتمد على مراقبة المعلومات النفسية والاجتماعية حول المسارات المحتملة

(1) Giddens, A. (2002) *Runaway World: How Globalisation Is Reshaping Our Lives*. 2nd Edition. London: Profile Books.

للحياة، وتأملها. هذه المعلومات عن الذات والعالم ليست ناتجًا ثانويًا في الحياة الاجتماعية المعاصرة، بل هي مكون أساسي لما يفعله الناس وكيف يفعلونه. يكتب غيدنز أن «الانعكاسية في الحياة الاجتماعية الحديثة تتمثل في أن الممارسات الاجتماعية تخضع للمراقبة والتعديل الدائمين على ضوء المعلومات الواردة حول تلك الممارسات ذاتها، مما يغير خواصها الأساسية»[1].

فلنأخذ الروابط بين الزواج والأسرة والهوية الذاتية، مثالًا لكيفية تأثير الانعكاسية في المجتمعات المعاصرة. قليل من المجالات في الحياة الاجتماعية يؤثر بشكل مباشر على الذات أكثر من الزواج والأسرة. تقليديًا، كان الزواج ترتيبًا اقتصاديًا في المقام الأول، فالزوج يستخدم الزواج مكانًا ينظم منه أنشطته في العالم العام، بينما تركز الزوجة على المنزل والأطفال. أضعفت فكرة الحب الرومانسي سطوة هذه الاعتبارات الاقتصادية بشكل كبير، ولو أن الزواج بوصفه مؤسسة داخل النظام الأبوي ظل وثيق الارتباط بالقوة الاقتصادية. لقد وفر الزواج في الحداثة المتأخرة، في المجتمعات الغربية على الأقل، سياقًا مؤسسيًا يمكّن الرجال والنساء من السعي لتحقيق الحميمية والاحترام والحب والمساواة والاستقلالية والتماسك. على الرغم من التغييرات التي طرأت على العلاقة بين الجنسين في العقود الأخيرة، ظلت فكرة الحب الرومانسي مركزية

(1) Giddens, A. (1990) *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press.

من الناحية النفسية في السعي لتحقيق الإشباع الشخصي والجنسي في إطار الزواج. إلى جانب ذلك، شكل الزواج ساحة رئيسية للتطوير النفسي للذات، يتم من خلال سلوكيات مرتبطة بالطفولة والمراهقة وتنمية المشاعر الحميمة ضمن العلاقات الاجتماعية العامة.

وفقًا لغيدنز، يقبل الأفراد اليوم بإيجابية على الفرص والمخاطر الجديدة الناتجة عن التحولات الكبيرة والهدامة التي تؤثر في الهوية الذاتية والجنسانية والحميمية. الطلاق، بنظر غيدنز، يشكل أزمة للذات بلا شك، تشمل الألم والخسارة والحداد، مع ذلك يتخذ كثير من الناس خطوات إيجابية لحل المعضلات العاطفية الناتجة عن انهيار الزواج. بالإضافة إلى التعامل مع القضايا المالية والأمور التي تؤثر على كيفية تربية الأطفال، يستدعي الانفصال والطلاق التفاعل العاطفي مع الذات. فرسم حدود الماضي (حيث ساءت الأمور وضيعت الفرص وما إلى ذلك) والمستقبل (حيث الاحتمالات البديلة وفرص تحقيق الذات وما شابه) ينطوي بالضرورة على تجريب شعور جديد بالذات. قد يؤدي ذلك إلى نمو عاطفي، وفهمٍ جديد للذات وتقوية العلاقات الحميمة. بخلاف الفكر المحافظ الذي ينتقد الانفصال النهائي، يرى غيدنز فيه انفتاحًا للذات على التجديد البنّاء. الزواج من جديد، والطبيعة المتغيرة للحياة الأسرية، تعد من الأمور بالغة الأهمية في هذا الصدد بالنسبة إليه.

أود أن أقترح في هذه الخاتمة، في المقام الأول، أن غيدنز مصيب إلى حد كبير في تقديمه أطروحة الانعكاسية. بمعنى أن تجربة الانعكاسية

-وإن كانت سمة من سمات كل تجربة اجتماعية، وبالتالي فهي غير مخصوصة بزمن معين- قد ترسخت وتوسعت وتطورت في عصرنا المتميز بالعولمة المتقدمة وتقنيات المعلومات الجديدة. «الفحص والإصلاح المستمران للممارسات الاجتماعية» في عالم خاضع للعولمة هو في الواقع توصيف دقيق إلى حد كبير لما تبدو عليه الحياة بالنسبة إلى نساء ورجال العصر في ما تسمى المدن الغربية المتقدمة والمكلفة (وأخذًا في الحسبان منطق العولمة، في ما وراء الغرب أيضًا). لكن، وعلى الرغم من دقة ذلك بالمجمل، فإن العلاقات الاجتماعية المعاصرة تنطوي على المزيد. ليس الأمر ببساطة أن العولمة المتقدمة تجلب معها مزيدًا من الانعكاسية، بل إنها تستحدث أيضًا ثقافة التغيير وإعادة الاختراع، بلغتها وتعقيداتها. إذا كان عالم أواخر القرن العشرين وبدايات الحادي والعشرين هو عصر الانعكاسية، فاعتقادي أننا اليوم في عقد 2020، وفي طريقنا نحو عقد 2030، ندخل عصر إعادة الاختراع.

الانعكاسية والتكرار وإعادة الاختراع

يرى غيدنز أن المستويات العالية من الانعكاسية الاجتماعية مرتبطة بشكل أساسي بعمليات العولمة، خاصة عولمة وسائل التواصل. ويقول إن «ازدياد إمكانية الحراك الجغرافي، ووسائل الإعلام ومجموعة من العوامل الأخرى، أطاحت بالتقاليد في الحياة الاجتماعية التي قاومت الحداثة، أو تكيفت معها، لفترة طويلة. ولا

يقتصر التوظيف الانعكاسي المستمر للمعرفة على أن يصبح بديلًا، بل إنه يوفر قوة دفع أساسية للتغييرات التي تكتسح سياقات الفعل الشخصية، وكذلك العالمية»[1].

آفاق فهم الأفراد تتوسع سريعًا بفضل الانعكاسية الاجتماعية عبر وسائل التواصل العالمية؛ من الإحصاءات الأخيرة حول الطلاق التي توردها وسائل الإعلام، إلى قضايا النوع الاجتماعي والتوجه الجنسي في النقاشات التي أطلقتها حركة MeToo# وسياسات ما بعد النسوية. الانعكاسية، فيما يتعلق بالممارسات العادية واليومية وكذلك العمليات المؤسساتية، هي بنظر غيدنز «مضخم للمعرفة»، يجدد النساء والرجال من خلاله جهودهم للسيطرة على حياتهم وعلاقاتهم والتزاماتهم وإعادة تعريفها.

في كتابه «تحول الحميمية»[2]، يجادل غيدنز أننا في خضم تغيرات اجتماعية كبرى تؤثر في العلاقات الحميمة، أطلقتها في الأصل الثورة الجنسية في الستينات، لكنها اغتنت وبرزت بشكل كبير في عصرنا نتيجة للانعكاسية الاجتماعية. ويرى غيدنز أن ما يحدث في عالمنا المعولم ليس مجرد تقويض التقاليد القائمة والطرق التقليدية لفعل الأشياء، بل إن الاقتصاد الرقمي العالمي يخلق إمكانيات ومخاطر جديدة أمام الجميع على نطاق غير مسبوق. التحول الديمقراطي

(1) Giddens, A (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the LateModern Age*. Cambridge: Polity Press.

(2) *The Transformation of Intimacy.*

في الحياة اليومية، وحرية اختيار أنماط الحياة، وتحديات العيش في عالم يزداد ترابطًا، هذه التطورات وغيرها تعني أن على الأفراد أن يشكلوا العلاقات الحميمة من جديد بطريقة مختلفة. من نتائج هذا المشهد الاجتماعي الجديد أن يجد النساء والرجال صعوبة في الاعتماد على أطر الفهم التقليدية، الأطر التي صارت الآن موضع تساؤل في كل مكان.

يجادل غيدنز أن المستويات العالية من الانعكاسية، التي تدعمها عمليات العولمة، تعزز إمكانيات الاستقلالية البشرية. في عالم أزيحت فيه التقاليد بشكل غير مسبوق، تبدو الصدفة أمرًا لا مفر منه، وإطلاق العنان للتصادفية الثقافية يوفر خلفية لإعادة تشكيل العالم وإعادة النظر في الخيارات الحياتية حول من يجب أن نكون، وكيف نتصرف، ومن نحب وكيف نعيش معًا. لكن الانعكاسية لا تؤدي تلقائيًا إلى الحرية والاستقلالية. بل تخلق أيضًا تحديات وأعباء جديدة، لأن الاختيار يجلب بالضرورة التناقض والريبة والشك. لا مخرج من هذه المتاهة. يعدّ غيدنز «الإدمان» حالة مرضية رئيسية في عصرنا، ناجمة عن الانعكاسية. وكتب:

«ما إن تصل الانعكاسية المؤسسية إلى جميع أجزاء الحياة الاجتماعية اليومية، يصبح أي نمط أو عادة إدمانًا تقريبًا. فكرة الإدمان غير مفهومة في الثقافة التقليدية، حيث من الطبيعي أن نفعل اليوم ما فعلناه أمس. الإدمان، إذن، مؤشر سلبي على مدى حضور مشروع الانعكاسية الذاتية في الحداثة المتأخرة».

الوعد بالحرية يحمل في طياته عبء الاختيار المستمر. «كل إدمان»، يكتب غيدنز، «هو استجابة دفاعية، وهروب، اعتراف بغياب الاستقلالية الذي يلقي بظلاله على كفاءة الذات». يقول غيدنز إن الإدمان يكشف عن «القهرية الخفية للحداثة»[1]، ويجادل بأن هذا «عالم يمكن للمرء فيه أن يدمن أي شيء» (المخدرات، والكحول، والقهوة، وكذلك العمل، والتمرين، والسينما، والجنس أو الحب). بالنسبة إلى غيدنز، الإدمان هو الجانب المظلم لانحلال التقاليد وانهيار «الطرق التقليدية لفعل الأشياء»، كسبب وجيه لمسارات الفعل في عالم اليوم. على مستوى الحياة اليومية في العالم ما بعد التقليدي، يعتمد المشروع الانعكاسي للذات -كما عرفه غيدنز- على درجة كبيرة من الاستقلال العاطفي. وهو يرى أن الاستقلالية، أو الحرية، مرتبطة أيضًا باتخاذ الخيارات والقرارات. للتعامل مع العالم الاجتماعي ما بعد التقليدي اليوم، لا يمكن للأفراد ببساطة طمس الماضي، بل عليهم إعادة بنائه على نحو فاعل في الحاضر من خلال آليات معلوماتية متنوعة لتحقيق المشروع الانعكاسي للذات. لذلك يرى غيدنز أن الإدمان والقهرية «مؤشران سلبيان» لعصر الانعكاسية الحالي. إن القهرية المحمومة للإدمان، كما كتب غيدنز، تعكس سطوة «التكرار الذي يعيق الاستقلالية بدلاً من أن يعززها». هنا يلجأ غيدنز إلى فرويد والتحليل النفسي لتحديد السياق العاطفي للانعكاسية. وفقًا لغيدنز، فإن عبارة فرويد الشهيرة، «حيثما كانت

(1) Giddens, A. (1996) *In Defence of Sociology*. Cambridge: Polity Press.

الهوية، تكون الأنا»، تنقل التطور المؤسسي للحداثة إلى مسار موازٍ من التطور السيكولوجي. إذا كانت الحداثة الانعكاسية تبشر بالحرية، فإن قهرية الإدمان تصبح الوجه الآخر لهذه الحياة التجريبية. وإذا كانت الانعكاسية مرتبطة بتعزيز الاستقلالية، فإن التكرار يرتبط ارتباطًا وثيقًا بالقهرية والإدمان. كتب غيدنز أن «التكرار طريقة للبقاء في «العالم الوحيد الذي نعرفه»، ووسيلة لتجنب التعرض إلى قيم «أجنبية» عن الحياة».

السؤال الذي أود طرحه الآن، هو ما إذا كان التكرار يضر في الواقع بإمكانية الابتكار في الحياة الخاصة والعامة على حد سواء. بمعنى، هل علينا أن نساوي بين الأثر العاطفي للتكرار (وأشكال القهرية والإدمان التي يمكن أن يولدها) واستحالة الابتكار في الحياة الانعكاسية للأفراد؟ بدلًا من وضع التكرار مقابل الانعكاسية، أقترح أن المفارقة التي نواجهها اليوم، هي أن سطوة التكرار المسكرة مؤثرة ومخربة لأنها كثيرًا ما يتبين أنها الوجه الآخر للاختيار ومجال صنع القرار. التكرار، على ما يبدو، قد لا يكون وسيلة لقطع التعامل مع الجديد أو المبتكر أو المختلف، بل هو في الواقع وسيلة لاستكشافه. لا شك أن فرويد عزز فكرة ارتباط التكرار بتشكيل الجديد. فقد ذكر في كتابه «ثلاثة مباحث في نظرية الجنس» أن «العثور على الموضوع الجنسي هو في واقع الأمر اهتداء جديد إليه»[1]. يرى فرويد أن الأفراد يمارسون طرقًا معينة لنسخ الماضي من خلال السعي

(1) ثلاثة مباحث في نظرية الجنس، سيغموند فرويد. ترجمة جورج طرابيشي. ص95.

إلى استبدال الهدف الأصلي المحظور للرغبة في الطفولة (الأم، الأب أو الهويات الأسرية العاطفية الأوسع) بأهداف جديدة غير محظورة. كل شيء جديد، كما اقترح فرويد، هو في الواقع إعادة صنع لشيء قديم.

وجد فرويد التكرار مؤثرًا في كل شكل من أشكال الجِدة. في الحياة الجنسية للفرد يعود هدف الرغبة الأصلي المحرم، مرة بعد مرة، متنكرًا بالجديد والأحدث والأخير. شرح آدم فيليبس، أهم مفسري فرويد المعاصرين، هذا الترابط بين التكرار والابتكار:

«الهدف الجديد للرغبة يمكن أن يكون هدفًا فقط إذا كان، بمعنى ما، نسخةً من الهدف الأصلي من الأقارب المحارم. بالنسبة إلى فرويد بالطبع، النسخة تؤدي وظيفة القناع الضروري للجديد؛ الجديد في الحياة الجنسية غير ممكن إلا عن طريق النسخة. فرويد يؤكد على ضرورة المحاكاة في إنشاء الجديد، ويؤكد على أن الجديد أرضية لتكرار الماضي. ويقترح أننا من المحتمل أن نكون في أشد الحالات تكرارًا، عندما نظن أننا في أقصى حالاتنا ابتكارًا»[1].

وفقًا لوجهة النظر هذه فإن الرجال والنساء –بغض النظر عن مدى انعكاسيتهم– يسعون دائمًا إلى تكرار الماضي من خلال (إعادة) خلق حاضر مفضل أو مستقبل مرغوب. التفكير في التكرار بهذه الطريقة مختلف تمامًا عن النظر إليه على أنه «مؤشر سلبي» لصنع القرار الانعكاسي.

(1) Phillips, Adam (2006) *Side Effects*. London: Penguin.

تأخذنا مسألة التكرار إلى منشأ التحليل النفسي. الأهمية التي أولاها فرويد للأفعال المتكررة وما يتبعها من استكشاف للجديد، الذي يحدث من خلال إعادة الصنع والإنتاج، نشأت من مشاهدته حفيده ذات يوم يلعب ببكرة خيوط لعبة فورت-دا الشهيرة. سرد فرويد في كتابه «ما وراء مبدأ اللذة»[1] بعض التفاصيل المحيطة بهذا الاكتشاف، وشرح كيف شاهد حفيده يرمي اللعبة وهو يهتف، «فورت!» (اختفى)، ثم يسحب البكرة إليه وهو يهتف «دا! (ظهر). رأى فرويد لعبة «فورت-دا» محاولة عاطفية من الطفل للتعامل مع اختفاء أمه وظهورها المتكرر. من خلال التكرار، وابتكار لعبة الظهور والاختفاء، كان حفيده يبحث عن استراحة عاطفية أو رمزية من والدته. ما أبهر فرويد على نحو خاص، أن اللعبة حولت تجربة سلبية (ترك والدته له) إلى تجربة فاعلة (تحكمه في ظهور «الأم» وغيابها). كتب فرويد أن لعبة فورت-دا تعبر أيضًا عن رغبة حفيده بالانتقام من والدته؛ «حسن إذن، اذهبي! لست بحاجة إليك، ها أنا أبعدك بنفسي».

أحيانًا يكون التكرار، كما تحدث عنه فرويد في مؤلفاته الأخرى، إبداعيًا بالمعنى التوليدي. فلنتتبع موضوع التكرار في فكر فرويد أبعد قليلًا بتناول واحدة من أشهر دراساته، دراسة بيرثا بابنهايم. قدم فرويد ومرشده جوزيف بروير في «دراسات حول الهستيريا» بيرثا بابنهايم كمثال مدرسي للهستيريا، وأشارا إليها باسم «آنا-أو».

(1) Freud, S. (1920) «Beyond the Pleasure Principle», in *The Standard Edition of the Complete Works of Sigmund Freud*. London: Hogarth Press.

كانت آنا-أو، التي اشتهرت بصياغة مصطلح «العلاج بالكلام» -أو كما كانت تشير إلى العلاج أحيانًا: «تنظيف المدخنة»، تعاني من هلوسات شديدة ومخيفة (تضمنت ثعابين وهياكل عظمية وجماجم)، واضطرابات في الكلام وتركيب الجمل (فتمزج أحيانًا بين عبارات من الإنجليزية والإيطالية والفرنسية)، وفترات طويلة من الصمت والاكتئاب، فضلاً عن شلل جزئي في ساقيها وذراعيها. فرويد، الذي توقف عن استخدام التنويم الإيحائي لعلاج المشاكل العاطفية لدى النساء، تابع فكرة بروير الفذة بتشجيع هذه المريضة على التحدث بحرية عن مشاعرها، وهو ابتكار علاجي سوف يدين له التحليل النفسي بالكثير. كشف هذا التقصي عن شابة معذبة عاشت حياة مقيدة للغاية في طفولتها، وكان والداها مفرطين في حمايتها، خاصة والدها. وقد تفاقم اكتئاب آنا-أو بعد وفاة والدها. دهش فرويد في البداية بإمكانية الكلام المحررة وركز على أن (إعادة) سرد آنا-أو أحداث حياتها لبروير نتج عنه بعض الراحة من أعراضها المعوقة. بدا أن الحديث عن التجارب السابقة، وخاصة استكشاف الذكريات المؤلمة المرتبطة بها، أدى إلى تخفيف أعراض آنا-أو. ذكر فرويد، على سبيل المثال، أن آنا-أو روت لبروير أكثر من مئة واقعة ارتبطت بتجربة فقدان السمع. خلال هذا الاستكشاف للذاكرة، استعادت آنا-أو بعض تلك المواقف المؤلمة وأصبحت صماء بشكل مؤقت في غرفة الاستشارة، لدرجة أن بروير لم يتمكن من التواصل معها إلا من خلال الكتابة. لكن العرض اختفى عندما تم ربط هذا الاضطراب السمعي بذكرى تخص والدها.

قدم بروير آنا-أو في «دراسات حول الهستريا» بوصفها قصة نجاح؛ شابة شفيت أخيرًا من أعراضها المعوقة. لكن فرويد شعر أن هذه لم تكن أفضل طريقة للنظر إلى الأمور، وأن علاج بروير لم يكن فعالًا، ويرجع ذلك إلى حد كبير إلى أن الأخير لم يقدر بما يكفي التعقيد العاطفي لتقمص آنا-أو لوالدها، خاصة فيما يتعلق بسلبيتها الجنسية. افترق فرويد وبروير بعد تأليف الدراسات. تشير آراء فرويد حول الحالة إلى أن أكثر ما أدهشه كان الحاجة اللاواعية والرغبة العاطفية بالتكرار في ارتباط آنا-أو بمعالجها بروير. كشف فرويد أن آنا-أو كونت افتتانًا شغوفًا ببروير، يتضمن تخيلات جنسية معقدة. وعلق أنها في إحدى لقاءاتها مع بروير للاستشارة، مثلت سيناريو ولادة هستيريًا، متخيلة أن بروير والد طفلها المتخيل. اضطرب بروير لهذا التطور وأوقف العلاج على الفور، وأحال آنا-أو إلى أحد الزملاء. لكن فرويد أدرك أنه كان يتعامل مع حالة سريرية تكشف جوانب أساسية من الحاجة اللاواعية لتكرار رغبات محظورة يعود منشؤها في الأصل للطفولة. في حين هرب بروير من التعلق الجنسي لدى مريضته، تتبع فرويد مجموعة من التظاهرات العاطفية التي -دون وعي من آنا-أو- أعادت أو كررت مشاعر مرت بها في الطفولة فيما يتعلق بوالدها. كان فرويد بدأ يدرك أن آنا-أو «نقلت»، أو بالأحرى كررت وأعادت مشاعر مختلفة من الطفولة، معظمها على مستوى اللاوعي، وأسقطتها على معالجها. بعد ما يقرب من 50 عامًا، جادل فرويد في تعليق على الحالة أن المرضى يرون في محللهم «عودة أو تجسد شخصية مهمة من

الطفولة أو الماضي، وبالتالي ينقلون إليه مشاعر وردود فعل تنطبق على هذا النموذج الأولي».

الحقائق والخيالات المحيطة بقضية آنا-أو موضع خلاف كبير داخل وخارج المدرسة الفرويدية[1]. يجادل بعض النقاد أن آنا-أو لها أهمية كبيرة ليس فقط في تأسيس التحليل النفسي، بل بوصفها إضاءة على أهمية الدافع العاطفي للتكرار في حياة النساء والرجال. لكن نقادًا آخرين رفضوا الدراسة بوصفها مجرد حكاية فرويدية، قصة علاجية أخرى حول فشل العلاج الطبي، ترتدي هيئة اللغة السايكولوجية لعلم الأمراض والهستيريا والمعاناة العقلية. بينما وصف آخرون آنا-أو بالنسوية البدائية، التي تغوي وتخدع أطباءها الذكور لتوقعهم في أخطاء محرجة، وادعاءات طبية مبالغ فيها وخيال علمي. ما يعنيني هنا ليس مدى دقة سرد فرويد لوقائع الحالة أو حتى ما إذا كان للتحليل النفسي أي مصداقية كشكل من أشكال العلاج الفعال. الجدير بالاهتمام، فيما يتعلق بنموذج مجتمع إعادة الاختراع، هو ما سأسميه المدى العاطفي للتكرار الذي يدخل في إعادة إنتاج الماضي من أجل صنع الجديد. يشمل المدى العاطفي للتكرار استعادة أو نسخ أو عودة أو تجسد علاقة أصلية محظورة بحب مفقود (في الفرويدية الكلاسيكية، الأم أو الأب غالبًا) وإسقاط هذه المشاعر

(1) Guttmann, Melinda (2001) *The Enigma of Anna O.* New York: Moyer Bell.

غير المعترف بها بوجهيها الإيجابي والسلبي، المحب والمبغض، على الآخرين في الحاضر.

تكرار الماضي، بمراجعات غير واعية وتلقائية في الغالب، هو جزء جوهري من مواجهتنا مع الجديد، وتغزو هذه الروابط العاطفية أشكال التقليد والتقمص والتفاعل في مجتمع إعادة الاختراع. يُقصد بإعادة الاختراع وسائل نسخ الماضي، في محاولة لتكرار الأشياء التي نعتز بها والمضي بها قدمًا لصنع الجديد. على سبيل التعقيب على رأي فرويد وتوسعة له، يمكن القول إن تقنيات إعادة الاختراع الجديدة اليوم، الإنترنت، والهواتف الذكية، ووسائل التواصل الاجتماعي، وأجهزة التعقب القابلة للارتداء، والتكنولوجيا الرقمية بشكل عام، موجهة نحو تحقيق «نسخ جديدة» من الرغبات المهجورة. علاوة على ذلك، يمكن وصف التكرار واسع النطاق بأنه «صور طبق الأصل» لرغبات محظورة ومرهوبة. يتعلق هذا بالطرق المعقدة التي تطارد بها التجارب العاطفية السابقة -بل تغزو- التغيير الدوري للأشخاص في مجتمع إعادة الاختراع.

نموذج إعادة الاختراع

اسمحوا لي أن أجمع أهم الأفكار الرئيسية التي ركزت عليها النقاشات السابقة، وألخص السمات الرئيسية لنموذج إعادة الاختراع:

1. إعادة الاختراع وثيقة الصلة بالعولمة، أو منطق الرأسمالية المتقدمة متعددة الجنسيات. الرغبة بإعادة الاختراع تنسجم مع

التحولات المؤسسية التي يحركها الاقتصاد الرقمي العالمي، التي تعزز أنماط الحياة السائلة والمرنة وغير المنتظمة. المنطق الثقافي للعولمة في ظروف الرأسمالية المتقدمة يعزز التغيير الدوري للمؤسسات والكيانات والعلاقات والأشخاص.

2. يعتمد مجتمع إعادة الاختراع -الذي يعزز وينتج الرغبة بالجديد- على روابط متعددة بالناس والأماكن، تحقق وتمارس ودائمًا ما تكون مترابطة بعمليات الانعكاسية الاجتماعية. الانعكاسية، كما عرفها غيدنز، تتكون من المراقبة والتفكير الدائمين بالممارسات الاجتماعية والمسارات المحتملة للحياة، وبالتالي تغيير طبيعتها. لطالما كانت الانعكاسية سمة من سمات النظام الاجتماعي، لكن في ظروف العولمة المتقدمة، نشهد انتشار مستويات عالية من الانعكاسية في المجتمعات الحديثة. أفضل مثال هو دور التكنولوجيا الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي في الاقتصاد العالمي اليوم. أدى تعميم الإنترنت، الذي لم يشتد في المجتمعات الحديثة إلا منذ التسعينات، إلى توسيع عمليات الانعكاسية الاجتماعية على نحو جذري. وشهد الاقتصاد العالمي وطبيعة العمل التجاري مثلًا، تغييرًا هائلًا خلال هذه الفترة، حيث صارت الشركات والمستهلكون الآن يعملون في ظل الأسواق المالية العالمية شبه الفورية ودائمة الحركة. تغيرت العديد من جوانب الحياة الاجتماعية والثقافية بسبب هذه التطورات أيضًا، مما حرك الرغبة بإعادة الاختراع.

3. في الغرب وغيره من المجتمعات الصناعية المتقدمة، تضفي ظروف التحديث الانعكاسي إشكالية على قوى التحديث بحد ذاته، بمعنى أن عمليات الانعكاسية تنطوي على التفكير بحدود وصعوبات الحداثة. الجدل العالمي حول التغير المناخي والمشاكل المرتبطة بأمن الطاقة مثال مهم على ذلك. لكن أهمية وإلحاح الحاجة الكوكبية إلى تجنب حدوث تغير مناخي كارثي تظهر بشكل قاطع أن الانعكاسية ليست مجرد وسيلة لمراقبة العالم من خلال التفكر في المعرفة. السؤال المهم الذي يطرح نفسه هو: ما الذي تخدمه انعكاسية المعرفة الواردة حول الذات والعالم؟ بعبارة أخرى، لماذا تعتبر الانعكاسية -موضوع الانعكاس- شيئًا يريد الناس التصرف إزاءه، أو حتى إعادة صنعه، أو تغييره خاصةً؟ هنا تلتقي الحداثة الانعكاسية بمجتمع إعادة الاختراع، وتمثل ابتكارات عصرنا العلمية وتطوراته التكنولوجية تقنيات تجريبية للتغيير.

4. ينطوي النموذج الجديد للعلوم الاجتماعية على مجالين مترابطين لإعادة الاختراع. يرتبط كل منهما مباشرة بعمليات التغيير الموجهة نحو إشباع الرغبات بالجديد، ويعمل كل منهما من خلال عمليات الانعكاسية الاجتماعية، ولكنه يمتد أبعد من ذلك ليعزز التغيير الدوري للأشخاص والأشياء والأفكار والمعلومات. أولهما، التوسع المؤسسي لإعادة الاختراع، التي يتم تفعيلها في المنظمات والشركات المعاصرة من خلال عمليات العولمة والشبكة الرقمية. يرتبط هذا النظام المؤسسي لإعادة الاختراع بأنظمة تكيفية معقدة،

تتبدل بشكل غير متوقع، وتنعكس فجأة، وتتكيف وتتطور وتنظم ذاتيًا. هذه الخصائص الناشئة لإعادة اختراع المؤسسات تنطوي على دفع الصراع إلى التطرف، والتغيير التجريبي، والتفاعلات والقرارات والتغييرات غير المتوقعة. الأنظمة المعقدة المترابطة في الشبكات الرقمية لإعادة الاختراع المؤسسية تتكون من سلاسل وعتبات و«نقاط فوضى» حين تنحرف الأسس أو الطرق المعروفة لفعل الأشياء من مسار إلى آخر[1][2]. هذه الأنظمة المعقدة المترابطة، باختصار، سائلة.

ثانيهما، والذي يرتبط ارتباطًا وثيقًا بعمليات إعادة الاختراع المؤسسية، هو أشكال تغيير الذات وسيكولوجية التغيير الذاتي التي تشكل أساس ثقافة إعادة الاختراع. هذه الأشكال من تغيير الذات تتضمن التقمص والمحاكاة، وتقليد الآخرين والموضة وغيرها الكثير. إنها عمليات تكرار مدروسة ويقظة موجهة نحو اقتصاد عالمي يتميز بالسلع والخدمات والمنتجات والأيديولوجيات.

5. نظرية مجتمع إعادة الاختراع، التي تضم عمليتي التحولات العولمية والتغيير الفوري، تغير بشكل جذري التوازن بين الهوية والمجتمع والانعكاسية. ما الذي يربط بين العولمة وإنتاج الرغبة بالتغيير الفوري؟ أحد الروابط الأساسية هو ترسيخ الرغبة العاطفية بالتكرار لدى الجيل، أو إعادة إنتاج الهوية الفردية والجماعية. القهرية

(1) Laszlo, E. (2006) *The Chaos Point*. London: Piatkus Books.

(2) Urry, John (2016) *Offshoring*. Cambridge: Polity Press.

التي وثقها فرويد عبارة عن تكرار لاواعٍ للماضي في خدمة الجديد. نحن نعيد تدوير الماضي من أجل تقبل الاختلاف وتعزيز التغيير. إذا كان موضوع الرغبة الجديد، بمعنى ما، نسخة لحب ماضٍ مفقود، فيمكن القول إن الظروف التجريبية لمجتمع إعادة الاختراع قد ضاعفت من تأثير التكرار. لقد اقترحت في هذا الكتاب أن جوع زمننا اللامتناهي للتغيير الفوري، أو إعادة الاختراع، يمكن ملاحظته ليس في رواج تغيير الهوية عبر برامج تلفزيون الواقع والجراحة التجميلية فحسب، بل في المواعدة السريعة، وثقافة العلاج، والاستهلاكية القهرية، وخفض العمالة المستمر، وإعادة صنع الهويات التجارية للشركات متعددة الجنسيات. في مجتمعنا المحبّ للحلول السريعة، يتعطش الناس إلى إعادة الاختراع، وصاروا يرغبون بتحقيقها على الفور. هذه الرغبة في التغيير الفوري ترتبط ارتباطًا مباشرًا بالأعباء العاطفية للتكرار -أي بخلق إعادة اختراع من التكرار- ولكنها ترتبط أيضًا بتنظيم الزمان والمكان في المجتمعات المعاصرة.

6. من الواضح أن إعادة الاختراع مقترنة بالتكرار. الدافع وراء البحث عن الجديد هو الاعتقاد بأن من الممكن تحسين كل فعل من أفعال إعادة الاختراع، وبالتالي فإن التكرار يعمل تأثيره دائمًا عندما يجمع الأفراد التجارب في الأسواق والصناعات والمجتمعات الاستهلاكية. لكن التكرار ليس «مؤشراً سلبياً» لمجتمع إعادة الاختراع أو الحداثة المتقدمة. بل ينبغي لنا أن

نرى التكرار أرضيةً لتغيير ثقافتنا الدوري للأفراد والأشياء والمنظمات والمعلومات والأفكار. مجتمع إعادة الاختراع مرتبط بالحداثة الانعكاسية، ولكنه يختلف تمامًا عنها. ما يحدث اليوم من إعادة تدوير مستمرة للماضي في خدمة الجديد هي أرضية ومعيار لإنتاج المجتمع وإعادة إنتاجه وتغييره في آن واحد. مجتمع إعادة الاختراع ينسخ الماضي بهدف استحداث نماذج عديدة من «المبتكر حديثًا».

7. إن تفسير فرويد للتكرار يقوض الفروقات التقليدية بين العالمين الخارجي والداخلي، بين الذات والآخر، وبين الفرد والثقافة. في مجتمع إعادة الاختراع، تنشئ ذات الفرد صلات عاطفية بالآخرين وبالروابط الاجتماعية وبالمجال الثقافي، مبنية عمومًا على *الرغبة العاطفية بالتكرار*. في ارتباطنا العاطفي بالآخرين، من العلاقات الجنسية الحميمة حتى الهياكل التنظيمية للسلطة في الحياة العامة، تُعد ظاهرة التكرار بُعدًا أساسيًا للتجربة الإنسانية. نحن نَعمُر عالمنا، وفقًا لفرويد، بمشاعر ورغبات مستمدة من الماضي، ولكن يتم إسقاطها على التجربة الحالية. إن إدراك أهمية الأبعاد العاطفية للتكرار، من حيث العلاقات المعقدة والمتناقضة بين الذات والمجتمع، وثيق الصلة بمجتمع إعادة الاختراع.

في هذا الملخص لنظرية مجتمع إعادة الاختراع، أستند إلى العديد من الطرق التي طور من خلالها علم الاجتماع مؤخرًا، خاصةً بوصفه جزءًا من مجال النظرية الاجتماعية متعدد الاختصاصات.

استندت في تأطير هذا الكتاب إلى عدد من الأعمال النموذجية[1]، ستستمر في إثراء نهجي في تناول مجتمع إعادة الاختراع والفردانية الجديدة والحياة المتنقلة وثقافة الذكاء الاصطناعي، ودراسات العولمة وتراجع العولمة[2]. فكرتي الأساسية تقتضي أن الأنواع المتعددة من إعادة الاختراع لها أهمية بالغة في إنتاج وإعادة إنتاج وتغيير الحياة الاجتماعية.

عن إعادة الاختراع

اقترحت في هذا الكتاب أن إعادة الاختراع تستند إلى ظهور واجب ثقافي بتغيير الممارسات الاجتماعية. هذا الواجب الذي ينميه

---

(1) تتضمن هذه الأعمال، دون أن تقتصر على:

New approaches to enchantment (Kristeva, 2017), Automaticity (Stiegler, 2016), The corporatization of lifeworlds (Thrift, 2011), Uncertainty (Nowotny, 2014), Unstable selves (Katagiri, 2017), The high-opportunity/high-risk dialectic (Giddens, 2014), Stillness (Bissell and Fuller, 2013), Additive manufacturing (Birtchnell and Urry, 2016), Socio-technical frameworks (Holton and Boyd, 2019), Mobile sovereignty (Everuss, 2020).

(2) Elliott, A. (2016) *Identity Troubles*. London and New York: Routledge.

(2019) *The Culture of AI: Everyday Life and the Digital Revolution*. London and New York: Routledge.

(2020) *Concepts of the Self*. 4th Edition. Cambridge: Polity Press

Elliott, A. and Lemert, C. (2009) *The New Individualism: The Emotional Costs of Globalization*. 2nd Edition. London and New York: Routledge.

Elliott, A. and Urry, John (2010) *Mobile Lives*. London and New York: Routledge.

قادة الأعمال والسياسيون والمدربون الشخصيون ومرشدو العلاج النفسي، يؤكد على أن إعادة الاختراع المستمرة والمرنة هي الاستجابة الشخصية الوحيدة الملائمة للحياة في عالم يخضع للعولمة. إنها نموذج تنتشر رسالته من خلال عدد لا يحصى من مقدمي خدمات التغيير: المدربون الشخصيون، والمنتجعات الصحية، والنوادي الرياضية، ومراكز تخفيض الوزن والتخلص من السموم، وأطباء تجميل الأسنان وجراحو التجميل، كل هؤلاء يسعون إلى الأموال التي سينفقها الناس لتحقيق نموذج إعادة الاختراع المثالي الخاص بهم.

في ظل ظروف العولمة المتقدمة، تؤثر العديد من العوامل بشكل مباشر في سبب توجه الأفراد إلى «جنون إعادة الاختراع»، لكن المزيد من الأشخاص يعتزمون الخضوع لمصاعب ثقافة التغيير بهدف اكتساب أفضلية مهنية تحديدًا. لست أدعي أن ممارسات إعادة الاختراع تشكلها أو تحددها بالكامل التغيرات الأخيرة في الاقتصاد العالمي. ولكن الاقتصاد الجديد أحدث تغييرات هائلة، وفي عالم كهذا، يتعرض الناس لضغط شديد لمواكبة سرعة التغيير الهائلة. الوظائف التي كانت تبدو آمنة محيت بين عشية وضحاها، التقنيات تبطل بمجرد إصدارها، والشركات متعددة الجنسيات تنقل عملياتها من بلد إلى آخر بحثًا عن أفضل هامش ربح. الرجال والنساء يجهدون بجنون لاكتساب مهارات جديدة لئلا يتعرضوا للإقصاء. في هذا الاقتصاد الجديد المتميز بالعقود قصيرة الأجل،

وخفض العمالة المستمر، والتوصيل الفوري والمهن المتعددة، أحد أسباب إعادة اختراع الذات الفردانية من خلال ثقافة التغيير المنتشرة، هو إظهار الاستعداد للتغيير والمرونة والتكيف.

يتجاوز نموذج جنون إعادة الاختراع جوهر الذات إلى الجسد، هذا المذكِّر بالفناء في عالمٍ قُدِّم فيه الاستغناء على الديمومة، واللدونة على الثبات. ثقافة السرعة والوقتية التي يعززها الاقتصاد الإلكتروني العالمي تأتي بمخاوف أساسية، صار الأفراد يحلونها على مستوى الجسد. الأجساد اليوم تحقن وتنتف وتشفط وتقطب وتقلص وتحسن جراحيًا بمعدل مذهل. ما أود قوله ليس أن إعادة تصميم الجسد جراحيًا تحدث بسبب ظهور مخاوف جديدة كليًا، فقد ابتليت الأجيال السابقة بمخاوف أيضًا، ومن المؤكد أن المخاوف المتعلقة بالتوظيف والمستقبل المهني ليست جديدة[1]. لكن طريقة التعامل مع المخاوف الناشئة عن النموذج الجديد لصنع الذات في عصرنا المعولم، وطريقة الاستجابة لها، تختلف تمامًا عن تلك التي كانت في الأزمنة السابقة.

على النقيض من اليقينيات المرتبطة بالمصانع والصرامة البيروقراطية لعالم العمل أمس، الذي ارتبطت فيه المخاوف الشخصية مع الأوضاع التنظيمية للحياة الاقتصادية، فإن النزعة التجارية الجديدة في عصرنا هي عالم يُترك فيه الأفراد ليتدبروا

(1) Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity Press.

أمرهم بأنفسهم فيما يتعلق بحياتهم المهنية وآفاقها المستقبلية. إنه تغيير مجتمعي يخلق مجالًا واسعًا للفرص الشخصية، ولكنه ينطوي أيضًا على ضغوطات شديدة وتبعات عاطفية. إن إيماننا اليوم بالمرونة واللدونة وإعادة الاختراع المستمرة في العالم التجاري يعني أن تقييم الموظفين صار أقل اعتمادًا على الإنجازات السابقة، وصار معتمدًا، أكثر من أي وقت مضى، على قابليتهم لاعتناق التغيير وقدرتهم على التكيف من أجل تحقيق تغيير شخصي. في مثل هذه الظروف، يصبح القلق عائمًا ومنفصلًا عن الحياة التنظيمية، وينقلب بالتالي على الذات، فيشعر الكثيرون بضغط كبير لتحسين وتعديل وإعادة اختراع أنفسهم. تنشأ ثقافة التغيير اليوم في هذا الفضاء الاجتماعي، استجابةً لهذه المخاوف المحيطة.

مثلما تنخرط الرأسمالية المرنة في عمليات إعادة الهيكلة التنظيمية المستمرة، كذلك يفعل الناس اليوم، الموظفون وأصحاب العمل والمستهلكون والآباء والأطفال. يجادل دون ديليلو بأن الرأسمالية العالمية تولد تحولات «بسرعة الضوء»، ليس فقط فيما يتعلق بالنقل المفاجئ للمصانع، والهجرة الجماعية للعمال والتنقل الفوري لرأس المال السائل، ولكن في «كل شيء من الهندسة المعمارية إلى وقت الفراغ إلى الطريقة التي يأكل بها الناس وينامون ويحلمون»[1]. في سياق التفكير بالطرق المعقدة التي تتغير بها حياتنا العاطفية بسبب التغيرات الاجتماعية والاقتصادية التي أحدثتها العولمة،

(1) DeLillo, Don (1998) *Underworld*. New York: Simon and Schuster.

أسعى إلى إغناء مجموعة التغييرات التي ذكرها ديليلو بالتركيز على التغير في تجربة الناس لهوياتهم ومشاعرهم واستجاباتهم العاطفية وأجسادهم، نتيجة للممارسات الاجتماعية الفردانية الجديدة. ما أود قوله هو أن القوى العالمية، بتغييرها للهياكل الاقتصادية والتقنية، تتغلغل في نسيج حياتنا الشخصية والعاطفية.

يتفق معظم الكتاب على أن العولمة تنطوي على تعديل جذري للحدود الوطنية والمحلية. التحولات السريعة في الاستثمار الرأسمالي، والانتشار عابر الحدود للإنتاج متعدد الأغراض، وخصخصة المؤسسات الحكومية، وإعادة الهيكلة المستمرة في قطاع التمويل، وظهور التقنيات الجديدة، والنشاط المتبدل لأسواق الأسهم على مدار الساعة؛ هذه الصور للرأسمالية متعددة الجنسيات توضح إلى أي مدى يعاد صنع عالمنا، وبشكل يومي. لقد اقترحت أن هذه التغييرات تتسرب إلى عمق الحياة اليومية وتؤثر على أعداد أكبر وأكبر من الناس، بحيث صاروا يتبنون قيم الاقتصاد العالمي الجديد لإعادة تشكيل حياتهم. صار التركيز منصبًّا على عيش أسلوب حياة تعاقدي مؤقت (فيما يرتديه المرء وأين يعيش وكيف يعمل)، يشمل التغييرات التجميلية والتحسينات الجسدية المستمرة، والتحول الفوري والهويات المتعددة. هذا هو مجال مجتمع إعادة الاختراع، الذي يستمر في الانتشار عبر المدن البراقة والمترفة في الغرب وما وراءه.



أحسب أن هذا الكتاب ينتمي إلى توجه جديد في النظرية الاجتماعية، لأنه يرتبط بشكل وثيق بعالم اليوم، عالمنا ذي "السرعة النقية"، الذي يعدك بأنك تستطيع أن تكون مَن تريد، فأثمن ما يمكن أن تفعله اليوم، هو تسويق ذاتك، وأن كل شيء قابل للتغيير، من الأنا وصولًا إلى الآلة!

يرتكز الكتاب على فكرة محورية في عصرنا الحديث وألفيته الثالثة؛ انتهت الحتمية وأصبح في الإمكان إعادة اختراع كل شيء. إن كانت ملامحك لا تعجبك، فلا بأس. هل تعتقد أن مشاعرك مرسومة بوعي مرتبط بحياتك؛ أعد النظر في الأمر. وظيفتك وشركتك وحتى وطنك نفسه، كل هذا يمكن تصميمه من جديد، هناك كلفة لذلك، سأخبرك عنها!

ما يميز هذا الكتاب هو اتكاؤه الحازم والرصين على أبحاث جديدة وإحصائيات دقيقة، وتحت دائرة الضوء لمدرسة زيجمونت باومان، لذا فإن دهشة القارئ ستزداد في أثناء قراءته هذا الكتاب، الذي يعيد إلى الضوء مرة أخرى، معنى السهل الممتنع، ويتجلى ذلك في ثرائه الهائل مقابل حجمه، واتساعه رغم مقياس موضوعه، ورسوخه التاريخي المتوقع رغم إصراره على السبر في عقد محدود.

طارق الخواجي، كاتب وناقد سعودي









www.takweenkw.com | takween.publishing@gmail.com